



**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП**  
**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА**  
**Меѓународен туризам**  
**Штип**

**Ташка Гетова**

**ТУРИЗАМ НА НАСТАНИ (ЕВЕНТ ТУРИЗАМ) – ПОТЕНЦИЈАЛ И РАЗВОЈ ВО**  
**РЕГИОНОТ НА ВАЛАНДОВО**

**МАГИСТЕРСКИ ТРУД**

**Штип, септември 2014 година**

**Комисија за оценка и одбрана:**

**Ментор: Проф. д-р Златко Јаковлев**

**Звање: Вонреден професор**

**Институција: Универзитет „Гоце Делчев“ Штип**

**Факултет за бизнис логистика - Гевгелија**

**Член: Доц. д-р Цане Котески**

**Звање: Доцент**

**Институција: Универзитет „Гоце Делчев“ Штип**

**Факултет за бизнис логистика - Гевгелија**

**Член: Доц. д-р Дејан Методијески**

**Звање: Доцент**

**Институција: Универзитет „Гоце Делчев“ Штип**

**Факултет за бизнис логистика - Гевгелија**

## **ТУРИЗАМ НА НАСТАНИ (ЕВЕНТ ТУРИЗАМ) – ПОТЕНЦИЈАЛ И РАЗВОЈ ВО РЕГИОНОТ НА ВАЛАНДОВО**

### **РЕЗИМЕ**

Туризмот има големо значење за глобалната економија, а посебно за економиите на државите во развој. Настаните се интегрален дел на туризмот, но и нераскинлив дел со човечката цивилизација. Значи, настаните се глобален феномен кои сè повеќе добиваат на значење низ индустријата на евентите. Нашата држава, а и нашиот регион, иако имаат културно наследство, традиција, историја, сепак, до сега не го искористиле настанот како можност за брендирање на дестинацијата.

Настаните имаат големо влијание врз секој сегмент од човековиот живот, во економскиот, општествениот, културниот до политичкиот. Причината поради која туристичките настани се сè повеќе популарни лежи во тоа што тие произведуваат многу позитивни ефекти и оптимални крајни резултати за целото општество.

Ова истражување има цел одредени теоретски сознанија да ги прилагоди на настанот како туристички производ во општини кои до сега не се познати како туристички дестинации во нашата држава како што е општина Валандово. Треба да го земеме предвид сознанието дека Евент туризмот на глобално ниво во последните години бележи брз развој.

Општина Валандово е распространета на површина од 331 км<sup>2</sup>, со надморска височина од 226 м и припаѓа во најниските општини во Република Македонија. Просечната стапка на височина на Валандовското поле изнесува 82 метри.

Во предметот на ова истражување се анализираат три поими што треба да се операционализираат: туризмот на настани - поим и дефинирање, постоечки настани во Валандовско и согледување на можност за поставување на стратегија за развој на туризмот на настани на поднебјето во Валандово.

Клучни зборови: стратегија, туристичка дестинација, развој.

# **TOURISM OF EVENTS (EVENT TOURISM) - POTENTIAL AND DEVELOPMENT OF THE REGION OF VALANDOVO**

## **ABSTRACT**

Tourism has a huge importance for the global economy, mostly for the economies of the developing countries. The events are an integral part of the tourism, but also an indivisible part with human civilization. Therefore, the events are global phenomenon gaining more and more significance through the industry of the events. Our country, as well as our region besides the cultural heritage, tradition and history, hadn't used the event as an opportunity for branding a destination.

The events has a huge impact on every segment of the human's economical, social, cultural, political life. The reason why the touristic events are more and more popular is that they make plenty of positive effects and optimal outcomes for the society.

This research has an aim to adapt certain theoretical knowledge as an tourism product in municipalities, in our country, that are unfamiliar to be tourism destinations. Such as Valandovo's municipality. We need to take into account the knowledge that event tourism recently has developed globally.

Municipality Valandovo is settled on 331 km<sup>2</sup> area, with altitude of 226 m and is declared as the lowest municipalities in Republic of Macedonia. The average rate of sea level of Valandovo field is 82 meters.

In the subject of this research three terms are analyzed and have to be operationalized: tourism of the events- concept and definition, the existing events in Valandovo and consider the possibility for setting a strategy for developing the tourism events in the region Valandovo.

Key words: strategy, tourism destination, develop.

## СОДРЖИНА

<b>Вовед .....</b>	<b>7</b>
<b>I.Теориска основа за дефинирање на туризмот на настани.....</b>	<b>9</b>
<b>1. Евент - настанот како туристички производ.....</b>	<b>9</b>
1.1. Настаните како составен дел животот.....	9
1.2 Дефинирање на настаните.....	9
1.3.Видови настани и поделба на настаните според формата и содржината.....	11
1.3.1. Поделба на настаните според нивната големина.....	11
1.3.2. Поделба на настаните според формата и содржината.....	14
<b>2. Ефекти од настаните.....</b>	<b>17</b>
2.1. Позитивни и негативни ефекти од настаните.....	17
2.2. Балансирање со ефектите.....	20
2.3. Однос држава (општина) и настан.....	20
<b>3. Евент индустрија.....</b>	<b>23</b>
3.1. Настанување на Евент индустријата.....	23
3.2. Клучни компоненти на Евент индустријата.....	23
3.2.1. Евент организации.....	23
3.2.2. Евент менаџмент компоненти.....	24
3.2.3. Публикации.....	24
3.2.4. Државни органи.....	24
<b>4. Евент туризам.....</b>	<b>26</b>
4.1. Процес на планирање на стратегија на Евент туризмот.....	26
4.2. Анализа на состојбата.....	29
4.3. Стратегија на Евент туризмот.....	33
4.3.1. Развој на стратегија за Евент туризам.....	34
4.3.2. Имплементација на стратегијата за Евент туризам.....	35
4.3.3. Еволуција на стратегијата на Евент туризмот.....	37
<b>II. ПОТЕНЦИЈАЛ И РАЗВОЈ НА ЕВЕНТ ТУРИЗМОТ ВО РЕГИОНОТ НА</b>	
<b>ВАЛАНДОВО.....</b>	<b>39</b>
<b>1. Валандовскиот регион како туристичка дестинација за Евент</b>	
<b>настани.....</b>	<b>39</b>
1.1. Анализа на ресурсите за развој на Евент туризмот.....	41
1.1.1. Природни ресурси.....	54
1.1.2. Сообраќајна поврзаност.....	56
1.1.3. Културно – историски ресурси.....	56
1.1.3.1. Исар – Марвинци.....	57
1.1.4. Сместувачки и угостителскапацитети.....	58
1.1.5. Забава и разонода.....	59
<b>2. Евент туризмот во регионот на Валандово.....</b>	<b>60</b>
2.1. Досегашен развој на Евент туризмот во регионот на Валандово.....	60
2.2. Постоечки настани во регионот на Валандово.....	60
2.2.1. Културни настани.....	60
2.2.1.1. Фолк Фест Валандово.....	60

2.2.1.2. Хид – Бах Шен Фест.....	63
2.2.1.3. Ракијада.....	67
2.2.1.4. Денови на книгата.....	68
2.2.2. Верски настани.....	69
2.2.2.1. Празнување на Св. апостоли Петар и Павле (Петровден).....	69
2.2.2.2. Празнување на Св. Ѓорге.....	71
2.2.2.3. Ифтар вечер.....	73
2.2.3. Спортски настани.....	74
2.2.3.1. Турнир во кошарка.....	75
2.2.3.2. Турнир во мал фудбал.....	75
2.2.4. Забавни настани.....	76
2.2.4.1. Културно лето.....	76
2.2.4.2. Петровден.....	77
<b>3. Емпириско истражување.....</b>	<b>79</b>
3.1. Цели и предмет на истражувањето .....	79
3.1.1. Цели на истражувањето .....	79
3.1.2. Предмет на истражувањето.....	79
3.2. Хипотези .....	80
3.2.1. Основна хипотеза .....	80
3.2.2. Посебни хипотези .....	80
3.3. Избор на примерок .....	80
3.4. Методолошки техники за прибирање податоци.....	80
3.4.1. Анкета .....	81
3.4.2. Интервју.....	83
3.5. Реализација на истражувањето .....	83
<b>4. Анализа и интерпретација на резултатите од истражувањето.....</b>	<b>85</b>
4.1. Табеларно и графичко прикажување на резултатите по настани од анкетата која е спроведена во општината Валандово.....	85
4.2. Табеларно и графичко прикажување на резултатите од анкетата за настаните во општина Валандово која се спроведе кај жители од другите градови во нашата држава.....	103
4.3. Анализа од целокупното истражување (анкети и интервју).....	111
5. Потенцијал и стратегија на развојот на Евент туризмот во регионот на Валандово.....	116
5.1. Анализа на состојбата .....	116
5.2. Потенцијал за развој на Евент туризмот во општина Валандово и во регионот и можност за развој на постоечките настани .....	123
<b>Констатации, заклучоци и препораки.....</b>	<b>126</b>
Додатоци.....	130
<b>Користена литература.....</b>	<b>135</b>

## ВОВЕД

*Туризмот е клуч на развојот на светската економија. Туризмот – тоа се работи, инфраструктура и развој*<sup>1</sup>. Овие се дефиниции од страна на Светската Туристичка организација (WTO) и тие на најдобар начин го отсликуваат значењето и промената која оваа стопанска дејност (четврта по економско значење) го внесува во светската економија.

Туризмот има големо значење за глобалната економија, а посебно за економиите на државите во развој. Тоа е причината зошто на оваа дејност се посветува големо влијание и за развој на туризмот се вложуваат многу средства. Оваа специфична гранка на стопанството е двигател на развојот на другите гранки на стопанството, посебно на инфраструктурата. Важна карактеристика на туризмот, во услови на светска криза, е неговиот потенцијал да биде раздвижувач за опоравување на економијата и зголемување на вработеноста на населението.

На туризмот, генерално, му се придава големо значење, но и очекувањата на туристот се многу големи, како и нивната желба за специфични доживувања. Всушност, тука се гледа посебната улога на настаните во современиот туризам. Настаните се интегрален дел на туризмот, но и нераскинлив дел со човечката цивилизација. Значи, настаните се глобален феномен кои сè повеќе добиваат на значење низ индустријата на евентите.

Евент туризмот, или туризмот на настани, е еден од најмладите видови на туризам, но и најперспективен. Неговата експанзија започнала во последните децении на дваесеттиот век. Настаните отсекогаш постоеле како дел на туристичкиот производ. Понекогаш биле од значење или влијаеле на изборот на дестинацијата, а понекогаш и не. Комерцијализирањето на настаните придонесува учесниците во туризмот активно да се интересираат и да ја проучуваат оваа област. Целта, на крајот, е економскиот и другите бенефити кои ќе ги имаат сите учесници. Со Евент туризмот и правилното планирање и организирање на

---

<sup>1</sup> Светска туристичка организација 2014, UNWTO етика, превземено на 22 март 2014 г.  
[www.unwto.org](http://www.unwto.org)

настаните можат да се подобрат не само економските придобивки за опкружувањето, туку може и да се брендира дестинацијата.

До сега, на териториите на нашата држава, недоволно се искористени можностите за развој на Евент туризмот. И покрај постоењето потенцијал за развој на овој вид туризам до сега кај нас нема соодветна стратегија за тоа и настаните се организираат по пат на некоја инерција на традицијата. Затоа, наместо да одат по нагорна линија од година во година и да се зголемува бројот на настаните и на учесниците и посетителите, тие полека се движат по надолна линија. Нашата држава, а и нашиот регион, иако имаат културно наследство, традиција, историја, сепак, до сега не го искористиле настанот како можност за брендирање на дестинацијата.

Настаните постојат од кога постои и цивилизацијата на човекот, меѓутоа, проучувањето за нив почнало од кога се увидело дека можат да носат економски и други бенефити за заедницата.

Во државите каде туризмот е поразвиен, Евент туризмот се изучува како посебна тема вметната во наставните предмети и програми. Кај нас сè уште се спомнува само како дел разработен и вметнат во некоја друга тематика.

Овој труд ќе разработи еден студиозен пристап на темата за туризмот на настани давајќи му вредост и значење и доказ дека настанот може да придонесе кон развој на туризмот.

Предмет на проучување во овој труд е туризмот на настани и можноста за потенцијален развој на истиот во регионот на Валандово.

Многу автори укажуваат на тоа дека дури и најмалите населени места организираат нови или унапредуваат стари настани поради афирмирање на нивниот идентитет и градење на бренд.



## **I. ТЕОРИСКА ОСНОВА ЗА ДЕФИНИРАЊЕ НА ТУРИЗМОТ НА НАСТАНИ**

### **1. Евент - настанот како туристички производ**

#### **1.1. Настаните како составен дел од животот**

Луѓето отсекогаш ги одбележувале важните случувања во нивниот живот, и на приватно ниво и на општествено.

Приватните манифестации ги поврзуваме со фамилијарни веселби, родендени, матури, пензионирање. Човекот отсекогаш настаните во животот ги одбележувал со ритуали и прослави.

Особината и значењето на настаните се гледа во нивното општествено значење и можноста за зачувување на културата и традицијата, во добриот извор на приходи, ефикасно да се привлечат туристи, можност да се искористат ресурсите кои постојат, даваат можност да се промовира дестинацијата, нејзините локални и општествени вредности, но и да се промовира самата држава.

Постојат и такви настани кои се одбележуваат повеќе стотици години како што се: фестивали, изложби, спортски натпревари, саеми и слично, кои формата ја задржале и денес.

Денес, освен традицијата, настаните се промовирани и од државните институции кои ги рекламираат настаните како составен дел на туристичките маркетинг стратегии.

Некои од тие ритуали и прослави прераснале во традиција, а со текот на времето се променуваат. Индустријализацијата и сè помодерниот начин на живеење придонеле кон тоа.

Настаните имаат способност да ги соединат луѓето кон заедничка цел.

#### **1.2. Дефинирање на настаните**

Помеѓу авторите постојат различни ставови околу тоа што би требало да се опфати во дефиницијата на event - настан. Дефиницијата за настанот ни ја дава почетната точка од која треба да се тргне.

Accepted Practice Exchange (APEX) Industry Glossary of terms<sup>2</sup> - признат практичен речник на индустриски термини го дефинира настанот како:

---

<sup>2</sup>Accepted Practice Exchange (APEX) Industry Glossary of terms, Convention Industry Council (CIC) 2003

организирано случување како што се митингот, конвенцијата, изложбата, специјалните случувања, гала вечерите и слично кои обично се составени од неколку различни, но и меѓусебно поврзани функции.

Доналд Гетз<sup>3</sup> тврди дека заедничка особина на сите настани е нивната периодичност и дека секоја манифестација опфаќа голема потреба на менаџмент, програма, декорација и луѓе.

Настаните кои се од областа на туризмот се класифицираат во „специјални настани“ и притоа се мисли на јавни специјални настани. Специјалните настани вклучуваат широк спектар на случувања, од национални празници до прослави, важни граѓански случувања, специјални културни претстави, големи спортски случувања и трговски промоции.

Кога зборуваме за настан во денешнината, под овој поим се подразбираат многубројни случувања и манифестации и многу е тешко да се најде една дефиниција која во себе би ги содржала сите важни елементи кои би го окарактеризирале истиот.

Терминот манифестација потекнува од латинскиот збор *manifestare* и значи: објавува, јавно да се настапува и заеднички да се изразува припадноста кон една цел. Современото значење на манифестацијата е карневал, фестивал, свеченост, а може да се користи и терминот *организиран настан*. Најпознатите манифестации се карневалите, а главна нивна особина е изедначувањето на сите луѓе и препуштање во уживањето и веселата атмосфера.

Доналд Гетз<sup>4</sup> нуди две дефиниции за настанот и тоа едната е од гледиште на организаторот, а другата од гледиште на гостинот:

1. Специјален настан е еднократен или периодичен настан кој ги надминува нормалните програми и активности во доменот на организацијата и спонзорството;

---

<sup>3</sup>Getz D., Event management and Event tourism, New York, Cognizant Communications Corporation, 2005

<sup>4</sup>Getz D., Event management and Event tourism, New York, Cognizant Communications Corporation, 2005

2. За гостите, специјалниот настан е можност за одмор, општествено или културно искуство кое ги надминува вообичаениот избор на секојдневните случувања.

Настаните се континуирани активности кои се случуваат еднаш во годината, а го промовираат туризмот на одредена дестинација, првенствено преку атрактивноста на самиот настан.

### **1.3. Видови настани и поделба на настаните според формата и содржината**

Видовите настани најчесто се класифицираат: според големината и според формата на нивната содржина.

#### **1.3.1. Поделба на настаните според нивната големина**

Првиот вид класификација на настаните е според нивната големина. Тоа е класификација која како критериум го зема предвид степенот на влијание кое настанот го има врз дестинацијата: бројот на посетителите, вклученоста на медиумите и вкупната економска корист.

Настаните според нивната големина се класифицираат на следниот начин:

1. Мега настани;
2. Карактеристични настани-одбележувања, т.е. Hallmark event;
3. Главни настани и
4. Локални настани.

##### **1. Мега настани:**

Мега настаните се најголеми настани. Мега настаните Доналд Гетз ги дефинира како настани кои имаат голема покриеност од страна на медиумите и имаат големо влијание врз туризмот, престижот и економијата на домаќинот<sup>5</sup>. Во Мега настани можеме да ги вброиме саемите од светско ниво, изложбите на светско ниво, олимписките игри, фудбалското светско првенство и сите други

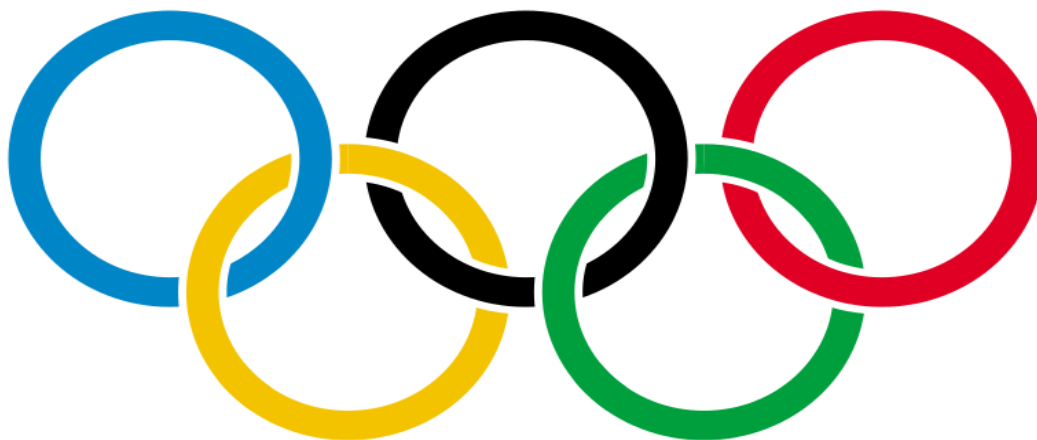
---

<sup>5</sup>Getz D., Event management and Event tourism, New York, Cognizant Communications Corporation, 2005

настани кои имаат меѓународен карактер. Овие настани се мега настани поради големата посетеност, медиумската покриеност, политичкото влијание, големината на капацитетите кои се вложуваат и економското влијание.

Овој тип на настани можат да влијаат на заедницата, на нациите, на цел континент, тие бараат масовни човечки и финансиски ресурси<sup>6</sup>.

Мега настаните таргетираат меѓународен туризам и голема посетеност.



Слика 1.: Службеното лого на Олимписките игри – Мега настан  
Figure 1.: Official logo of the Olympic Games – mega event

## 2. Карактеристични настани – белег настани (hallmark events):

Тоа се настани кои се спојуваат со духот во местото каде се одржуваат и претставуваат синоним за тоа место. Сите овие настани треба да го одбележуваат местото каде се случуваат и треба да придонесуваат да тоа место се препознава по настанот. Доналд Гетз овие настани ги дефинира според нивната способност да остваруваат конкурентска предност за домаќинот и негов публицитет.<sup>7</sup>

Типичен пример за ваков вид настани се карневалот во Рио де Жанеиро, трката Тур де Франс, фестивалот на пиво Октоберфест во Минхен.

---

<sup>6</sup>N.Douglas, N. Douglas, R. Derrett, Special Interest Tourism, Business&Economy, 2001

<sup>7</sup>Getz D., Event management and Event tourism, New York, Cognizant Communications Corporation, 2005



Слика 2.: Карневалот во Рио де Жанеиро - Hallmark event  
Figure 2.: Rio de Janeiro carnival – Hallmark event

### 3. Главни настани:

Овие настани имаат меѓународно значење, предизвикуваат заинтересираност на медиумите и можат да привлечат значителен број посетители и притоа со нив се остварува добра заработувачка. Тука можеме да ги вброиме интернационалните спортски натпревари. За да може настанот да се дефинира како главен настан треба да се исполнат следните услови:

- А) Настанот мора да опфати натпревар кој се води меѓу тимови или индивидуалци;
- Б) Настаните мора да привлекуваат интернационално внимание и интернационална покриеност на медиумите;
- В) Натпреварот мора да биде признат во интернационалниот спорт, односно да зазема место во меѓународниот календар на спортски настани.

#### 4. Локални настани

Ако настанот е наменет за локален аудиториум тогаш велиме дека е локален. Овие настани придонесуваат за зајакнување за припадноста во локалното општество и креирање на духот на тоа место.

Често пати во овие настани учествува и локалната власт. Главни актери на овие настани се волонтери и вообичаено се одржуваат на улици, паркови, во училишта и слично. Овие настани се организираат од невладини организации, а може да се случи овие настани да преминат во карактеристични настани. Овие настани се одржуваат почесто од поголемите видови настани. Во овие настани можат да се вбројат: музички фестивали, уметнички изложби. Ако ваквите настани станат редовна појава во заедницата тогаш може да се зголеми желбата кај луѓето за развој на талент во различни области.

#### **1.3.2. Поделба на настаните според формата и содржината**

Тука припаѓаат следниве категории:

1. Културно-забавни настани - тоа е универзална форма на настан која постоела речиси во сите времиња и општества;
2. Спортски настани - и тие потекнуваат од слични корени како и културно-забавните настани кои денес го сочинуваат најмасовниот сегмент на Евент индустријата;
3. Работни настани кои вклучуваат состаноци, конвенции, конференции, познато како MICE туризам (Meetings, Incentive, Convecions and Congresses, Fairs and Exhibitions);
4. Верски настани - вклучуваат манифестации кои се поврзани од некои важни црковни датуми и кога санува збор за некој црквен ритуал.

##### 1. Културно-забавни настани:

Овие настани се значајни и за туристичкиот пазар, а исто така и за уметничкиот. Тука можеме да ги вброиме професионалните уметнички прослави кои можат да анимираат поголем аудиториум, локални фестивали, арт-средна форма фестивали каде можат да се видат одредени видови уметнички трудови,

календарски фестивали кои се поврзани со одредени датуми, аматерски уметнички фестивали и комерцијални музички фестивали.

Фестивалите се важно под-поле на настаните и од особен интерес за научниците во многу дисциплини. Фестивалите биле дефинирани од Фаласи<sup>8</sup> во класична културно-антропологиска перспектива како: „свето време на славење, обележано со посебни церемонии“. Ваквото дефинирање е под влијание на модерниот пристап за именување на настаните како фестивали. Гетз<sup>9</sup> ги дефинира како „тематски, јавни празнувања“. Бројни форми и теми на фестивали се можни и терминот фестивал е широко употребуван и комерцијализиран.

## 2. Спортски настани:

Тука можат да се вбројат и групните и индивидуалните спортови. Голема е способноста на спортот да привлече многу посетители, а и да обезбеди медиумска покриеност. Спортските настани не се од корист само на домаќините и неспортските организации туку и на самите играчи, тренери и слично.

## 3. Работни настани:

Работните настани вклучуваат: конференции, изложби, состаноци и се вклучуваат во деловниот туризам.

Конференциите можат да бидат многу разновидни, но најчесто тоа се состаноци на кои се дискутира, се разменуваат мислења и факти, се решаваат проблеми и се прават консултации.

Изложбите се дел од работните случувања кои, исто така, се во експанзија. На изложбите се прави презентација на производи или услуги пред поширок аудиториум со цел да се најде пазар за нив и да се информираат потенцијалните купувачи. Изложбата, на еден начин, претставува тродимензионална реклама каде што производот може да се види, да се оцени како сè функционира, а понекогаш и да се проба. Изложбите можаат да се класифицираат во 4 категории:

---

<sup>8</sup>Falassi Alessandro, „Essays on the festival“, University of New Mexico Press, 1987

<sup>9</sup>Getz D., Event management and Event tourism, New York, Cognizant Communications Corporation, 2005

1. Агро-културни изложби кои се одржуваат еднаш во годината во селски амбиенти и траат по неколку дена;

2. Потрошувачки изложби кои се јавни изложби и се поврзуваат со моторите, модата, ентериерите во куќите и слично;

3. Специјализирани изложби, каде организаторот бира што ќе изложува;

4. Приватни изложби, кои се посетени од директно поканети гости и на кои се претставува производ чие производство е наменето за ограничен број луѓе.

Корпоративни настани се дел од категоријата на работни настани и опфаќаат конгреси, состаноци, забави за клиентите и други.

4. Верски настани:

Овие настани се врзуваат со сите видови верски прослави и обичо се организираат од страна и во соработка со верските организации .



## 2. Ефекти од настаните

Денес е сосема јасно во која мерка туристичките настани влијаат на развојот на локалната заедница.

Настаните имаат големо влијание врз секој сегмент од човековиот живот, во економскиот, општествениот, културниот до политичкиот. Причината поради која туристичките настани се сè повеќе популарни лежи во тоа што тие произведуваат многу позитивни ефекти и оптимални крајни резултати за целото општество. Со експанзјата на настаните е сè поголемо и учеството на државните органи во нивно организирање бидејќи економските ефекти од истите се големи. Од тие влијанија секако дека економскиот е најважен, зошто економскиот ефект ветува продолжување и надоградување на настаните, квалитет и посетеност на дестинацијата каде се одржува истиот. Не помалку важен е и психолошкиот и социјалниот ефект за локалната заедница, поради учеството и активирањето на населението и нивниот придонес за тие настани. Ефектите од настаните треба да бидат долгорочни и по можност да вклучуваат колку што можат повеќе население зошто така се поттикнуваат и зачувуваат локалните традиционални вредности, вештините, соживотот и други нематеријални вредности.

### 2.1. Позитивни и негативни ефекти од настаните

Секој настан има директно влијание врз учесниците и врз заедницата која е домаќин. Позитивните и негативните ефекти од настаните во различните сфери на влијание следат во табеларниот преглед<sup>10</sup>:

Табела 1.: Најчести позитивни и негативни ефекти на настаните  
Табле1.: The most frequent positive and negative effects of events

Сфера на влијание	Позитивни ефекти	Негативни ефекти
Социјални и културни	Делење на заедничко искуство	Отуѓување на заедницата
	Ревитализација-оживување на	Манипулирање со заедницата

<sup>10</sup>Event management, Bowdin, Allen, O Toole, Harris, MC.Donnel, str.38

	традицијата	
	Прифаќање на групите во општеството	Негативен имиџ на заедницата
	Активно учество на заедницата	Лошо однесување на толпата
	Претставување нови идеи и предизвици	Разни злоупотреби
	Ширење на културни перспективи	Губење на љубезноста
<b>Друштвено и физичко влијание на околината</b>	Рекламирање на околината	Оштетување и валкање на околината
	Подигање на свеста за околината	Деструкција на кулурното наследство
	Развој на инфраструктурата	Бучава
	Подобрување на транспортот и комуникацијата	Сообраќајни метежи
	Урбана трансформација и обновување	Недостаток на контрола врз општеството
<b>Политичко влијание</b>	Меѓународен углед	Ризик настанот да биде неуспешен
	Подобрување на изгледот	Лошо менаџирање со парите
	Промовирање на инвестициите	Недостаток на надлежности
	Развивање на управувачки вештини	Губење на општествената сопственост

Туризам и економија	Промоција на дестинацијата зголемување посетеноста	на и на	Отпор на заедницата спрема туризмот
	Зголемување на должината на престојот	на	Недостаток на автентичност
	Зголемени приходи		Намалување на репутацијата
	Зголемување на таксата за престој		Експлоатација
	Поголеми можности за работење		Нереален раст на цените
	Комерцијални активности		Неочекувани трошоци
	Отворање нови работни места		Финансиски губиток

Извор: Event management, Bowdin, Allen, O Toole, Harris, MC.Donnel, str.38

Истражувајќи ги крајните ефекти од настаните врз заедницата се покажало дека позитивните ефекти најчесто произлегуваат поради тоа што:

1. Заедницата со задоволство учествува во настаните;
2. Се постигнува високо ниво на интеграција;
3. Организаторите и волонтерите добиваат многу во смисла на лично напреднување;
4. Големiot број волонтери придонесува многу за креирањето и едукацијата;
5. Се привлекува голем број граѓани кои активно учествуваат;
6. Поголемiot број учесници чувствуваат заеднички дух и зголемено чувство на припадност;
7. Забавите се случуваат во пријателска атмосфера;
8. Повеќе од фестивалите продолжуваат да се одржуваат во иста или слична форма.

Настаните понекогаш имаат ненамерни негативни последици како што се: злоупотребата, лошото однесување на толпата и зголемување на некои криминални дејства<sup>11</sup>.

Натаните претставуваат исклучителна можност со нив да се покажат физичките карактеристики на дестинацијата, но во времето на нивното одржување може да дојде до многу сложени ситуации, па затоа треба задолжително да бидат заштитени.

## **2.2. Балансирање со ефектите**

Ефектите од настаните можат да бидат и негативни и позитивни. Затоа, задача на менаџерите кои ги организират настаните треба да биде да ги предвидуваат сите влијанија кои на одреден настан можат да влијаат, да управуваат со настанот во насока на балансирање на ефектите, сè со цел добивање на повеќе позитивни резултати од истиот. Тоа значи дека треба да се минимизираат негативните, а да се максимизираат позитивните ефекти. Успехот на настанот најмногу зависи од тоа дали менаџерот ќе умее да направи баланс помеѓу тие позитивни и негативни ефекти. Кога станува збор за негативните ефекти треба да се има предвид тоа дали постои свест за нив и способност да се интервенира на време. Сево ова упатува на тоа дека најпотребно е да се има добар план за настанот и квалитетно планирање на тие клучни моменти.

Од големо значење кај планирањето е финансискиот дел зошто секако дека, од една страна треба да се постигне целта и трошоците кои треба да се пратат и минимизираат од друга страна.

## **2.3. Односот државата (општината) - настанот**

Локалната власт како домаќини на настанот се заинтересирани затоа што општината има повеќекратна корист од нив: економска, отворање нови работни места, можност за развој на туризмот.

---

<sup>11</sup>Getz D., Event management and Event tourism, New York, Cognizant Communications Corporation, 2005

Настаните не само што привлекуваат туристи, туку и придонесуваат за нивно повеќедневно престојување.

Активностите во кои локалната власт сака да учествува се следниве:

1. Активно учество во планирањето, управувањето и контролирањето на настаните:

Кога е во прашање односот на локалната власт со настаните важни надлежности се планирањето, управувањето и контролата.

Една од најчестите негативни појави која ги придружува настаните и која бара неопходно учество на власта е сообраќајот и метежот кој се прави. Слични проблеми на тоа се: бучавата, метежот, незадоволство поради неправилна распределба на заработката и трошоците, поскапување на стоките кое поскапување може да доведе до општо покачување на цените и опаѓање на животниот стандард на месното население, а тоа може да доведе до одземање на љубезноста на граѓаните.

Настаните овозможуваат менување на навиките на граѓаните во позитивна смисла, односно власта ја искористува можноста за едуцирање на граѓаните за законските регулативи и програми за рециклирање и контролирање на отпадот, заштеда на енергија и сл.

2. Развој на туризмот и економските ефекти:

Многу важна работа на секој организатор на настан е тоа дали ќе има добивка од сето тоа и дали трошоците се вклопуваат во буџетот.

За заедницата и власта најважни се економските ефекти во поширока смисла на зборот. Настаните на долг рок отвораат работни места, привлекуваат инвеститори и промовираат нови работни можности.

Од аспект на туризмот важно е тоа дека настанот може да привлече големо медиумско внимание и на тој начин поголем аудиториум може да се запознае со карактеристиките на градот, а со тоа да се постигне унапредување на туристичкиот имиџ и посетеност на дестинацијата.

Евент туризмот е еден од највлијателните феномени кога е во прашање правење имиџ, креирање профил на дестинацијата со позиционирање на пазарот.

### 3. Настаните како дел од стратегијата за економски развој на дестинацијата:

Традиционално, заедниците организирале манифестации поради нивните социјални, културни и спортски бенефиции и вредности.

Оваа ситуација почнала да се менува во осумдесеттите години и тоа најпрво со големите, мега настани, кога се забележало дека настанот може да донесе голема економска корист на општеството и тоа со промоција на туризмот. Така, владите на локално и регионално ниво почнуваат да прават стратегии за развој на настаните и агресивно да се борат нивниот град да биде домаќин на некој голем настан.

Според авторот Фаулкнер<sup>12</sup> економските ефекти на настанот произлегуваат од три главни ставки:

1. Приходите од посетителите;
2. Главните трошоци на капацитетите неопходни за одржување на настаните и
3. Трошоците кои се прават од страна на организаторите и спонзорите за да се реализира настанот.

Овие трошоци имаат влијание врз резултатите при пресметувањето на економската добивка од настаните. Така, на пример: парите кои се трошат на храна од страна на посетителите на настанот ќе имаат влијание и врз фирмите кои ги снабдуваат рестораните со храна и пијалак. Значи директно заработка имаат рестораните, а индиректно ефекти имаат и фирмите кои ги снабдуваат.

Позитивните економски ефекти од настаните се согледуваат преку микс на разновидни и бројни ефекти кои се остваруваат на целокупната географска локација.

---

<sup>12</sup>Faulkner B., Bureau of Turism Research , Business and Economics, 1992

### **3. Евент индустрија**

#### **3.1. Настанување на Евент индустријата**

Создавањето на Евент индустријата се поврзува со комерцијализирањето на прославите за кое било потребно вложување, но и добра заработка на луѓето кои ги организирале. За да се остварува што поголем профит почнале да селектираат одредени елементи на традиционалниот настан и да се прилагодуваат кон рационална потрошувачка.

Настаните биле составен дел од човековата природа илјадници години, но неодамна се развиле во вистински бизнис. Настаните станале составен дел од туристичката индустрија и се клучен елемент од посебен интерес за туризмот. Денес туризмот на настани е брзо растечки бизнис. Како резултат на тоа, туризмот на настани сè повеќе е признат како поле на студии во голем број образовни институции<sup>13</sup>.

#### **3.2. Клучни компоненти на Евент индустријата**

Брзиот развој на настаните во последната декада довело и до развој на Евент индустријата, односно до формирање на посебна Евент индустрија која опфаќа стучни лица, снабдувачи, професионални здруженија. Создавањето на оваа нова индустрија бара усовршување на знаењата, развој на програмски обуки и нови занимања. Евент индустријата се поклопува и со глобализацијата на пазарот и комуникациите. Клучни компоненти на Евент индустријата се знае дека се следниве сегменти: 1. Евент организациите; 2. Евент менаџмент компаниите; 3. Публикациите; 4. Државните органи<sup>14</sup>.

##### **3.2.1. Евент организации**

Настаните главно се организираат од Евент организации, кои можат да бидат специјални здруженија за организирање на настани или специјални тимови кои работат во големи организации.

---

<sup>13</sup>Getz D., Event management and Event tourism, Cognizant Communications Corporation, 1997 – Business and Economics.

<sup>14</sup>Bowdin, Allen, O Toole, Harris, MC.Donnel, Event management, str.23

Корпоративните настани главно се организирани од посебни тимови од самата организација.

Евент организациите можат да бидат и такви организации кои се занимаваат со организирање настани по основа на договор и во корист на своите клиенти. Овие организации често пати организираат повеќе настани на различни места во исто време.

### **3.2.2. Евент менаџмент компоненти**

Со развојот на Евент индустријата дошло и до усовршување на повеќе компоненти кои се важни за настанот да има повеќе економски ефекти. Така дошло до усовршување на снабдувачите и до зголемување на нивниот број, кои ги прават следниве услуги: правење бини, озвучување, осветлување, обезбедување, транспорт, комуникации и сл. Мрежата од снабдувачи е важна компонента при реализирањето на успешен настан.

Друга компонента е мрежата од здруженија кои обезбедуваат: конференции, изложби, фестивали, обуки и сл.

Важна компонента е и системот на управување со настаните кои се посебни информационални системи кои се користат за поддршка на управувањето со настаните.

### **3.2.3. Публикации**

Последната деценија се карактеризира и со зголемување на бројот и видот на публикациите кои пишуваат за Евент индустријата. Постои и стручна литература која овозможува образување кадри за оваа област. Сè поголем е и бројот на списанија од оваа област кои вршат проширување на гледиштата и даваат поддршка на новите професионалци: Event management, International Journal of Event Management Research, Journal of Convention and Event tourism.

### **3.2.4. Државни органи**

Државните власти и нивните служби се одговорни за управувањето и контролата во сферата на безбедноста при одржувањето на настанот. Значи, тие



имаат директна врска со Евент индустријата. Улогата на власта е голема и во сферата на: безбедноста на храната која ќе се служи на гостите, на кој начин е таа храна подготвена, како ќе се служи, спроведувањето на законските прописи во однос на договорите, вработувањата, таксите итн. Со еден збор властите имаат задача да обезбедат спроведување на законска регулатива во сите области на таа индустрија. Секако дека и професионалните Евент менаџери треба да имаат познавања за локалните прописи и да одржуваат постојан контакт со локалните власти.

#### **4. Евент туризам**

За развој на Евент туризмот заедницата мора да има поддршка од владејачките структури на сите нивоа. Власта мора да се вклучи и од организациски аспект при основањето на тимовите и од аспект на финансирањето и обезбедувањето на потребните средства за тој настан. Улогата на властите во настанот зависи и од големината на дестинацијата и големината на настанот. Ако станува збор за настан во помало населено место или регион, тогаш учеството може да биде ограничено на туристички промоторски друштва на локалната власт или локални здруженија. Големите дестинации, градови, региони, имаат развиени организации кои учествуваат во организирањето на Евент туризмот и вклучуваат: туристички бироа, туристички агенции, специјализирани здруженија, министерства од таа област во зависност од областа на настанот и сл.

Причините кои придонеле за сè поголем развој на Евент туризмот се следните:

1. Сè поголемиот приход кој се комбинира со слободното време и квалитетните содржини кои туристот сака да ги доживее;
2. Сè поголемото внимание кое државните структури го посветуваат на туризмот заради користа која ја имаат од него, а тоа придонело за настанување на државни Евент стратегии и давање финансиски поддршки;
3. Сè поголемиот и поагресивен маркетинг на настаните;
4. Сè поголемото внимание кон менаџментот на настаните како кохерентна дисциплина како можност за фокусирање и остварување на специфични цели.

Земјите членки на ЕУ определуваат финансиски средства за специјални фондови кои ги наменуваат за развој на помалку развиените региони, а во кои фондови посебен распоред има нивна намена за Евент туризмот.

##### **4.1. Процес на планирање на стратегија на Евент туризмот**

Планирањето и извршувањето на настаните е зависно од две типични карактеристики, а тоа се: прво, дека настаните имаат почеток и крај и второ, дека станува збор за едновременски иницијативи во кои учествуваат различни внатрешни и надворешни организации. Со овие две карактеристики се потврдува

дека процесот на планирање и завршување на настанот поседува карактер на проект<sup>15</sup>.

Со долгорочно планирање, добар маркетинг, со комбинирање на локалните ресурси и динамично организирање, со стратегиска поддршка од власта можат да се постигнат значителни ефекти за Евент туризмот.

Во донесувањето на одлуката која стратегија да се одбере при планирањето на настанот треба да се има предвид кој микс на настани или какво портфолио може да донесе најмногу корист.

При планирањето најпрво треба да се дефинираат целите кои треба да се остварат и при тоа се поаѓа од интерните расположиви ресурси и опкружувањето како надворешен фактор.

Процесот на планирање ќе биде различен за настани кои се одржуваат секоја година од настан кој е нов и за кој има потреба постудиозен пристап.

Процесот на планирање ќе биде различен и доколку станува збор за различни по големина на настани. Со планирањето, исто така, треба да има поставено и добар систем на контрола и следење на реализацијата.

Оливер Томас, Бетина Хермес, Петер Лоос планирањето на настаните го поделуваатво три под-функции: Грубо планирање, Добро планирање и Детално планирање<sup>16</sup>.

Организациските проблеми се решаваат во првата фаза, т.е. Фазата на грубото планирање. Во овој дел се гради тимот со избирање на проектен менаџер и членови на тимот. Членовите на тимот се запознаваат со своите задачи и се започнува со почетните идеи за концептот на настанот. По поставениот концепт се поминува во Фазата на добро планирање, т.е. се планира во подетално поставување на идеите со местото на настанот, сцена, осветлување, сместување, визуелизација, содржина на настан, капацитет на местото, транспортот. На крајот од оваа фаза се прави ревизија на сработеното за да се увиди дали има потреба од промена. Доколку има потреба од некаква промена тоа може да се направи во оваа фаза, а не подоцна. Со ревизијата се анализира дали сè е направено според

---

<sup>15</sup> D. Lock, Project management, Business&Economics, 2003

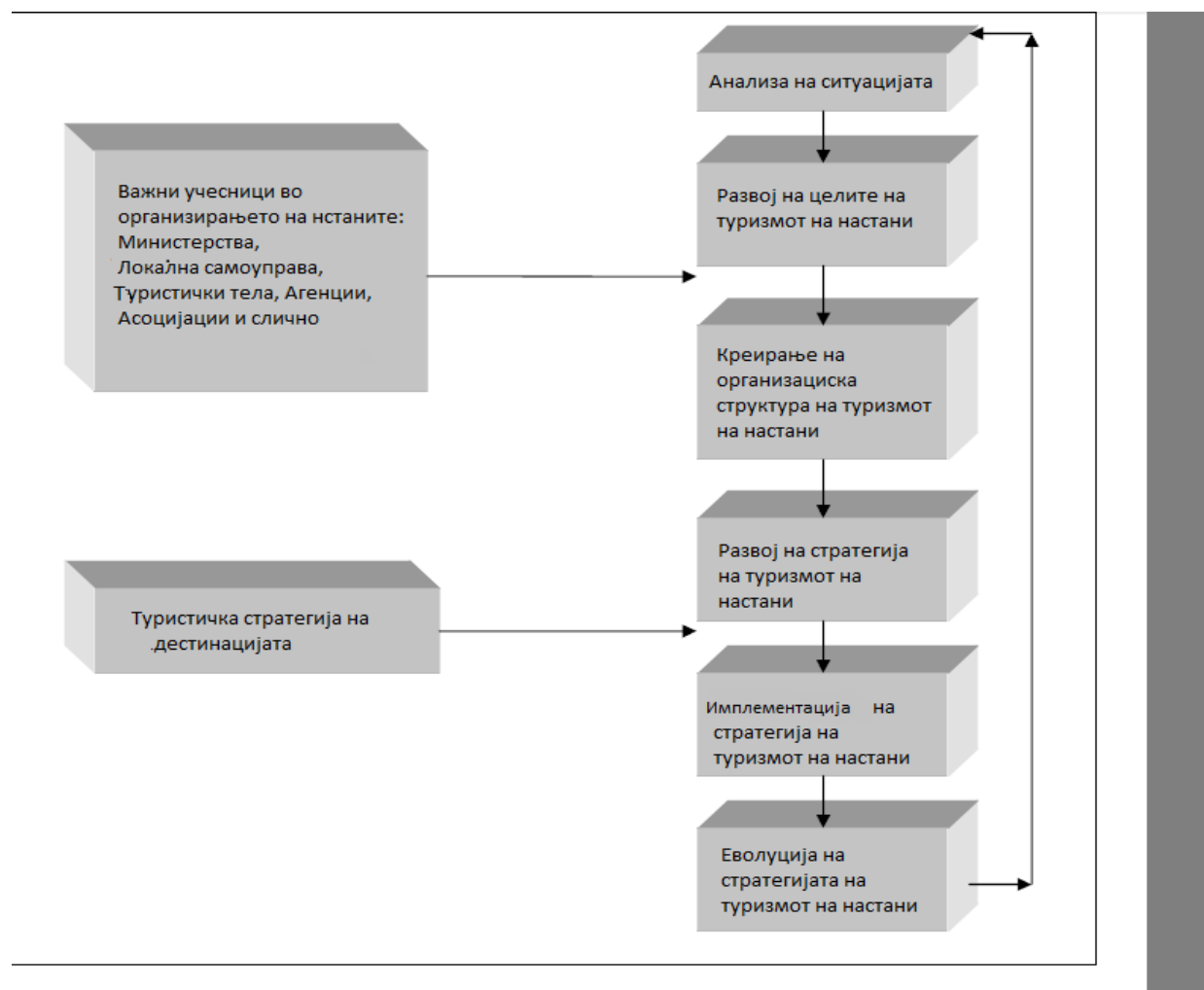
<sup>16</sup> Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008

концептот и поставените цели. Во оваа фаза се ангажираат под-изведувачи кои се потребни за реализирање на настанот: угостители, уметници, инжењери. Маркетингот, исто така, започнува во оваа фаза преку ТВ, печат, радио, Интернет. Се проверува и буџетот и, ако е сè во ред, се преминува во Фазата на детално планирање. Значи, деталното планирање е во период блиску до датата на настанот. Веќе роковите се поставени за сите активности и задачи и треба да се гарантира за навремено извршување на истите. Секој рок се проверува одново и одново. Ако некој рок не може да се испочитува тогаш се прави прилагодување и усогласување. Усогласувањето и извршувањето на роковите треба постојано да се под контрола.

Деталните планови се прават во вид на чек листи кои ги вклучуваат сите организациски детали на настанот. Контролата на плановите се врши во Фазата на имплементација на настанот. Доколку сите планови и чек листи се направени и роковите се испочитувани тогаш Фазата на имплементација може да почне<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup>Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008



Слика 3.: Шематски приказ на процесот на планирање на стратегија на туризмот на настани

Figure 3.: Graphical representation of the process of planning a strategy of touristic events

На сликата е прикажан шематски приказ на процесот на планирање на стратегијата на туризмот на настани<sup>18</sup>.

#### 4.2. Анализа на состојбата

Анализата на состојбата треба да ја претставува основата и поддршката на целите кои дестинацијата си ги одредила за развој на Евент туризмот.

<sup>18</sup> Bowdin, Allen, O Toole, Harris, MC.Donnel, Event management, str.69

Анализата на состојбата се прави преку определување на јаките или слабите страни и можностите или опасностите кои се дадени во Табела 2<sup>19</sup>:

Табела 2.: Критериуми за определување на анализа на состојбата.

Table 2.: Criteria for determining the situation analysis

<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Јаките страни или слабости:</b></li> </ul>	
1.	<p>За настаните кои веќе постојат:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Видот;</li> <li>➤ Квалитетот;</li> <li>➤ Оригиналноста;</li> <li>➤ Бројот, времето и местото на одржување;</li> <li>➤ Актуелната финансиска ситуација;</li> <li>➤ Имиџот, нивото на постоечките барања на емитивниот пазар и степенот на разбирање на овој пазар;</li> <li>➤ Економското, социјалното и општественото влијание и</li> <li>➤ Меѓусебното влијание на настанот со туристичката индустрија која постои на дестинацијата.</li> </ul>
2.	<p>Локацијата:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Квалитетот и капацитетот на локацијата;</li> <li>➤ Капацитетот на локалните снабдувачи кои би ги следеле настаните;</li> <li>➤ Состојбата на локалниот туристички сервис (сместување, транспорт, агенции).</li> </ul>
3.	<p>Човечки ресурси:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Нивото на искуство што го има дестинацијата во однос организирањето на настаните;</li> <li>➤ Можноста за ангажирање на волонтери во настаните;</li> <li>➤ Рангот и видот на обуки кои ги имаат поминато луѓето кои се</li> </ul>

<sup>19</sup>Bowdin, Allen, O Toole, Harris, MC.Donnel, Event management, str.38

	врсани со настаните, како и достапноста на информациите за настаните.
4.	Нивото на развојот на секторот кој е задолжен за организирање на настаните (асоцијации, туристички бироа, агенции и сл.).
5.	<p>Положбата на дестинацијата во однос на главен или поголем емитивен пазар:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Времето на патувањата и цените;</li> <li>➤ Видот и динамиката на превоз до дестинацијата.</li> </ul>
6.	<p>Политичка поддршка:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Можностите и фондовите кои се на располагање на настанот;</li> <li>➤ Можноста за законска поддршка;</li> <li>➤ Постоењето на главна Евент агенција во рамките на националната влада.</li> </ul>
7.	<p>Нивото на поддршка од заедницата:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Висината на предвидените финансиски средства,</li> <li>➤ Нивото на подготвеност на заедницата да ги прифати негативните ефекти кои можат да бидат последица од настаните (метежи во сообраќајот и сл.).</li> </ul>
8.	<p>Природата на постоечките односи помеѓу организаторите на настаните и туристичките агенции:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Видот и природата на врската помеѓу организаторите и туристичките агенции;</li> <li>➤ Постоење услови за постојано зголемување на активности поврзани со Евент туризмот.</li> </ul>

9.	<p>Микроклиматски услови:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Периодите на екстремни жештини, студови или дождови можат да го ограничат или поместат времето на одржување на настаните.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Можности или опасности:</b></li> </ul>	
1.	<p>Можноста за развивање партнерство со одредени организации за полесно да се постигнат целите на Евент туризмот. Можности за развивање на партнерство со:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Владини организации;</li> <li>➤ Културни и спортски организации;</li> <li>➤ Туристички организации;</li> <li>➤ Туристички претпријатија;</li> <li>➤ Локални здруженија.</li> </ul>
2.	<p>Видот и нивото на конкуренција:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Директната конкуренција на исти или слични настани;</li> <li>➤ Конкуренција од различни настани кои се одржуваат во исто време,</li> </ul>
3.	<p>Пазар - потреби и барања:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Способност на локалитетот да одговори на потребите на пазарот преку веќе постоечките или со нови настани;</li> <li>➤ Во која мерка веќе постоечките или планираните настани ги задоволуваат потребите на посетителите од различна структура: семејства, професија, старост и сл.</li> </ul>
4.	<p>Можност за привлекување на финансиски средства:</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Возможность за добивање на државни донации или позајмици;</li> <li>➤ Возможности за привлекување на спонзори;</li> <li>➤ Возможности за вклучување на настаните со цел за брендирање на дестинацијата;</li> <li>➤ Возможность за вклучување на локалните културни и други особености за обогатување на настанот;</li> <li>➤ Нивото и видот на врската помеѓу локалните/регионалните спортски/културни организации со нивните државни здруженија;</li> <li>➤ Возможность дестинацијата да ги апсорбира позитивните ефекти од настаните без негативни последици за заедницата.</li> </ul>
5.	<p>Генерални економски услови:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Нивото на вработеноста;</li> <li>➤ Каматите;</li> <li>➤ Инфлацијата;</li> <li>➤ Потрошувачката моќ на населението.</li> </ul>
6.	<p>Други фактори:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Сигурносни и здравствени проблеми;</li> <li>➤ Политичка клима (дали во настаните ќе се вклучат одредени групи кои се поддржани од државната или локалната власт?).</li> </ul>

Извор: Bowdin, Allen, O Toole, Harris, MC.Donnel, Event management.

#### 4.3. Стратегија на Евент туризмот

Стратегијата опишува долгорочен планиран тек на акција за однесување на настаните. Стратегијата служи како основа за понатамошно планирање. При поставување на стратегија за Евент туризмот се оформува сеопфатната анализа

на ситуацијата, се поставуваат целите и се дефинираат целните групи на настанот<sup>20</sup>.

За да може потоа да се направи евалуација, целите кои се поставуваат треба да се мерливи. Целите можат да бидат стратешки и оперативни. Економските цели се операционализираат преку финансискиот успех кој треба да се постигне со настанот. Финансискиот резултат се мери со зголемување на продажба, зголемен удел на пазарот, зголемување на приходите кои се релевантни за настанот.

Одредувањето на целните групи тесно е поврзано со поставените цели на настанот<sup>21</sup>. Целните групи се поделуваат во: примарни и секундарни целни групи. Примарните се тие кои директно учествуваат во настанот, а секундарни се тие кои се интегрирани во настанот преку медиумите или преку некој друг вид на комуникација. Значи тие не учествуваат директно во настанот, туку се вклучени преку јавноста. За определување на целната група постојат повеќе диференцирани методи кои зависат од видот на настанот, големината на настанот, локацијата на настанот, времето на настанот, временската рамка на настанот.

#### **4.3.1. Развој на стратегија за Евент туризам**

За развој на стратегија за Евент туризам постојат повеќе можности кои зависат од дестинациите или регионите кои се на располагање.

Стратегијата може да се однесува на развој на веќе постоечките настани, за креирање и воведување нови настани или конкурирање за добивање на постоечки мобилни настани. Стратегиите не се исклучуваат една со друга, па можат да егзистираат една или две истовремено.

Без обзир на тоа која стратегија е одберена таа треба да ги дава очекуваните резултати кои треба да произлезат од претходно направената анализа.

##### **А) Стратегија за развој на постоечките настани:**

---

<sup>20</sup>Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008

<sup>21</sup>Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008

Еден од можните начини за развивање на Евент туризмот, а при тоа да се искористат веќе постоечките настани е да се даде значење на некој од тие настани со цел да стане hallmark настан и да се искористат за стекнување имиџ. Овој пристап се карактеризира со тоа еден од настаните да се развие во карактеристичен кој може да биде проследен со низа други, кои тематски се слични.

Друг можен начин е постоечките помали настани да се фузираат во еден поголем или повеќе поголеми настани кои во себе ќе ги инкорпорираат малите настани, доколку се усогласени, за да не си ја изгубат оригиналноста.

Б) Стратегија на конкурување за домаќин на настан;

Многу од настаните се мобилни, односно постојано ја менуваат дестинацијата на одржувањето. Овде би можеле да се вбројат многу од спортските настани или деловни настани. Поедини организации кои се занимаваат со Евент туризам (главно национални или регионални агенции или туристички бироа), специјално настанале поради привлекување на нови настани преку процесот на конкурирање. За да се привлечат настаните кон одредена дестинација треба да се даде понуда во која би се кажале причините зошто токму на таа дестинација да се одржи настанот. Меѓутоа, пред тоа да се направи, треба да се осигури дали постои усогласеност помеѓу потребите на настанот и можноста дестинацијата да биде домаќин.

В) Стратегија за воведување на нови настани:

Креирањето на новите настани треба да биде базирано врз основа на активностите кои се опишани во „Анализа на состојбата“. Тие се важни за да се предвиди нов туристички пазар. Кои нови настани се тоа зависи од стратешките потреби на дестинацијата и видовите на настани кои се сакаат да се развијат. Исто како и кај настаните кои веќе постојат, Евент организациите треба да бидат мудри и да знаат дека најисплатливи настани се оние кои имаат можност да опстанат на најдолг рок.

#### **4.3.2. Имплементација на стратегијата за Евент туризам**

Од кога ќе се одбере Евент стратегијата, следниот чекор е Имплементацијата. Имплементацијата се реализира со низа на активности.



Во фазата Пред-настан се спроведуваат сите подготвителни мерки. Фазата Настан е самиот настан и неговото одржување. Фазата Пост-настан се сите активности кои се извршуваат по одржувањето на настанот<sup>23</sup>.

Фазата Пред-настан е многу важна и таа се состои од проба (во зависност од видот на настанот), последните подготвителни организациски активности, како што се: испорака на механиката на сцена, усогласување и тука се даваат последните инструкции на клиентите во однос на реализирањето на самиот настан<sup>24</sup>.

Фазата на одржувањето на самиот настан е главната фаза во која се остварува целта на целиот проект. Целта се остварува кога реализираното не отстапува во голема мера од планираното, т.е. од самата цел. Фазата на реализација може да варира во голема мера во зависност од типот на настанот. Времето кога се остварува програмата на настанот бара многу внимание. Поради својата специфична индивидуална структура, уникатна програма мора да се има направено за секој настан.

Заминувањето на гостите е точката кога почнува фазата Пост-настан.

Нивното заминување е под надзор исто како и нивното пристигнување. Штом гостите ќе заминат може да се почне со активности на чистење, враќање на употребените материјали на нивните сопственици. Организацискиот тим може да замине само кога сите активности кои се однесуваат на местото на случувањето се извршени. Така, имплементацијата е завршена<sup>25</sup>.

#### **4.3.3. Еволуција на стратегијата на Евент туризмот**

Еволуцијата е фундаментална за успех на сите стратегии во сите области.

На ниво на дестинација, јасно поставените цели и патоказите за тие цели да се остварат заедно ја сочинуваат базата за Евент стратегијата.

Поради тоа што развојот е процес, а не константа, потребно е континуирано да се следи пазарот. Потребно е постојано во континуитет да се преиспитуваат

---

<sup>23</sup> Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008

<sup>24</sup> Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008

<sup>25</sup> Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008

барањата на туристите, нивните желби и потреби, затоа што задоволувањето на истите е главен двигател на Евент туризмот. Значи, треба постојано да се врши истражување на пазарот, да се собираат податоци и да се прават анализи.

При развојот на стратегијата при планирањето на настаните треба да не се исклучуваат трендовите и силите кои го олеснуваат стратешкото планирање. Предизвикот е во тоа да се идентификува кои трендови и сили во одреден временски период можат да влијаат на одреден настан<sup>26</sup>.

Во текот на последните неколку децении бројот, разновидноста и атрактивноста на настаните се зголемија и имаат тенденција на пазарот да станат и поконкурентни. Новите настани треба да бидат поиновативни и пооригинални за да бидат поконкурентни за привлекување на уметници, присутни и за добивање на финансиска поддршка<sup>27</sup>.

Луѓето имаат повеќе време на располагање од кога било до сега, а настаните се начин на трошење на слободното време.

Комуникацијата е глобална и брза и свеста за настаните може да биде зголемувана преку медиумите и да се создава побарувачка за настаните.

Брзиот развој на технологијата е важен аспект при поставувањето на стратегија при планирање на настаните. Интернетот, исто така, дава нови можности за ресурси, комуникација, информации и е ефикасна маркетинг алатка. Важен детал е дека потрошувачите очекуваат брзо приспособување и прилагодување кон новата технологија<sup>28</sup>.

Менувањето на генерациите и културната разновидност резултира со промена на вредности кои создаваат нови предизвици при планирањето на стратегијата на настаните.

---

<sup>26</sup>Getz D., Event management and Event tourism, Cognizant Communications Corporation, 1997 – Business and Economics

<sup>27</sup>Getz D., Event management and Event tourism, Cognizant Communications Corporation, 1997 – Business and Economics

<sup>28</sup>Getz D., Event management and Event tourism, Cognizant Communications Corporation, 1997 – Business and Economics

## II. ПОТЕНЦИЈАЛ И РАЗВОЈ НА ЕВЕНТ ТУРИЗМОТ ВО РЕГИОНОТ НА ВАЛАНДОВО

### 1. Валандовскиот регион како туристичка дестинација за Евент настани

Општина Валандово постоела и во периодот пред Втората светска војна, согласно тогашните форми на организирање на државата, за што сведочат и документите објавени во трудот на професор Кортон<sup>29</sup>.

По осамостојувањето на Република Македонија и со носење на Законот за територијална поделба на Република Македонија во 1996 година е формирана општина Валандово<sup>30</sup>, во границите во кои таа и денес постои.

Согласно податоците од спроведениот попис на населението во Република Македонија од 2002 година, општина Валандово брои 11.890 жители, во 29 населени места: Ајранли, Аразли, Бајрамбос, Балинци, Баракли, Башали, Башибос, Брајковци, Булунтули, Вејсели, Градец, Грчиште, Дедели, Ѓулели, Ѓопчели, Јосифово, Казандол, Кочули, Удово, Пирава, Чалакли, Прстен, Раброво, Собри, Татарли, Терзели, Марвинци, Плавуш и Честово. По етничка припадност населението е: 82,7% македонско, 0,3% ромско, 5,4% српско, 11,2% турско и 0,4% друго.



Слика 4.: Местополжбата на општина Валандово во Р. Македонија  
Figure 4.: Position of municipality of Valandovo in Republic of Macedonia

<sup>29</sup> К.Кајдамов и М.Карамучев – „Валандово и неговата културна историја“

<sup>30</sup> Сл.весник на РМ бр.49/96

Валандово е мала општина со мал број жители, но со значајна историја и минато.

Историчарите запишале дека Валандово е стара населба за чие минато малку се знае бидејќи не постојат пишани извори, материјали и споменици. За неговата старост, има археолошки траги и наоди. Од нив се дознава дека просторот на денешниот град бил населен уште од праисторијата. Се претпоставува дека праисториската населба потекнува од преминот на бронзената во железната епоха, односно од XII до VII век пр.н.е.



Слика 5.: Општина Валандово според националноста на населението  
Figure 5.: Municipality of Valandovo according the nationality of the population





Слика 6.: Општина Валандово според распореденоста на населените места  
Figure 6.: Municipality of Valandovo according to allocation of populated areas

### 1.1. Анализа на ресурсите за развој на Евент туризмот

Анализата на постоечките ресурси за развој на туризмот во регионот на Валандово е направена според критериумите на „Центарот за истражување и креирање политики“<sup>31</sup>.



Слика 7.: Центарот на градот Валандово  
Figure 7.: Center of Valandovo town

<sup>31</sup> Проф. д-р Ж. Даскаловски, Проф. д-р И. Бимбиловски, М-р С.Костовска, „Развој на туризмот во Делчево“, Центар за истражување и креирање политики, 2007



Слика 8.: Староградска архитектура на куќа во Валандово  
Figure 8.: Old, traditional architecture of a house in Valandovo

Табела 4.: ТУРИСТИЧКИ ИНВЕНТАР на регионот Валандово  
Table 4.: Tourism inventories in region Valandovo

Предмет	Опис	
1. Сместување	<p>Во Валандово постојат неколку сместувачки капацитети: хотел и два планинарски дома. Хотелот е новоотворен, функционира две години и е оддалечен на еден до два километри од центарот на градот. Сместен е во месноста „Изворот“ во падините на планината Плауш.</p> <p>Планинарските домови до сега се само за интерна употреба на институциите кои ги поседуваат.</p>	
2. Точност (релевантност) на добиентите информации од локалното население	<p>Локалното население е љубезно и подготвено да помогне на секој и да обезбеди точна информација.</p> <p>Обично не даваат лажни информации.</p>	
3. Алтернативни терапии	<p>Не се нудат услуги како алтернативни терапии од типот на Реики, Шиаци, Рефлексологија, Медитациска арома терапија или Јога.</p>	
4. Археолошки пронаоѓалишта	<p>„Исар - Марвинци“ – археолошки локалитет („Исар – Кале“), се наоѓа во близина на селото Марвинци, 7 км југозападно од Валандово;</p> <p>„Идомена“ – подземен споменик на културата;</p> <p>„Фосилите кај Башибос“ – интересна културна наслојка, во месноста „Јолбурм“ во</p>	

	Прстенска Река.	
5. Уметнички галерии	Нема.	
6. Столчиња за деца Соби за преслекување на деца итн.	Нема.	
7. Чување деца (бегиситерки)	Околу дваесетина млади луѓе имаат работено како бегиситерки во странство и имаат искуство во чување деца. Дел од нив имаат завршено и тренинг за тоа.	
8. Ботанички градини	Нема.	
9. Автобуска станица/ линии е ангажирана со оваа дејност	Две автобуски компании во Валандово имаат редовна линија секој ден до Скопје. Во градот има автобуска станица, каде можат да се направат резервации и купуват карти за автобус. Има јавен превоз за одделни населени места и линии кои редовно (освен недела) опслужуваат.	
10. Жичарници, Ски- лифтови	Нема.	
11. Клубови за деца	Има неколку активни клубови за деца во градот, играорни друштва, литературен кружок итн.	
12. Мени за деца	Нема.	
13. Градско осветлување	Во најголем дел на градот Валандово има доволно и рамномерно осветлување.	

14. Градски парк	Има.	
15. Чистота, еколошка свест	Валандово, во значителна мерка, е почист град од Скопје и од повеќето градови во државата. Сепак, во поглед на развиена еколошка свест и високи стандарди, ситуацијата е далеку од задоволителна. Во градот и неговата околина се забележуваат мали диви депонии, кои ја нагредуваат сликата. Централниот дел е опремен со канти за отпадоци (повеќето направени од бетон), меѓутоа системот на собирање на отпад е сè уште во најголема мерка базиран на големи контејнери.	
16. Патишта до туристичките атракции	Патиштата до туристичките атракции се во пристојна состојба.	
17. Ресторани	Во Валандово има 9 ресторани, кои може да се оценат како добри (прифатливи, скромни) во поглед на општоприфатените стандарди за квалитет на производот, просторот и услугата.	
18. Екстермни спортови	Нема.	
19. Пазар	Пазарот има околу 50 тезги и се наоѓа на пригодна локација, меѓутоа не е заграден и обезбеден. Одржувањето е на ниско ниво. Девет десетини од производите се носат од други места. Пазарен ден е среда.	
20. Фестивали, концерти	„ФОЛК ФЕСТ“ Валандово – се одржува во втората половина од месец мај и се организира на државно ниво под покровителство на Македонската радио	

	<p>телевизија со директен пренос;</p> <p>Фестивалот на пролетни веселби ХИД – БАХ ШЕН ФЕСТ – се одржува во чест на празникот ХИДРЕЛЕЗ во с.Чалакли и има меѓународен карактер;</p> <p>„Ракијада“ - натпревар во варење ракија, покровители се градоначалникот на општина Валандово и Советот на општина Валандово;</p> <p>Концерти се одржуваат редовно во зимските и летната дискотека во општината.</p>	
<b>21.Фолклорни обичаи и ора</b>	<p>Фолклорните носии се особено карактеристични и специфични. Сепак, секојдневно не можат да се видат поради тоа што локалното население одамна веќе не ги носи. Единствено можат да се видат во просториите на играорното друштво „Гоце Делчев“ или за време на настапите на друштвото. Играорното друштво „Гоце Делчев“ го изведува орото Валандовско оро на најавтентичен начин облечени во карактеристични оригинални носии.</p>	
<b>22. Занаети</b>	<p>Во Валандово до скоро постоеше занаетот за изработка на тави во кои на традиционален начин се подготвува традиционалното македонско јадење пинџур или некаде познато како ајвар.</p> <p>Инаку, нема организиран простор или продавница за продажба на занаетчиски производи или сувенири.</p>	
<b>23. Здрава и органска храна</b>	<p>Валандово е крај познат по органското производство на јапонски јаболка и калинки. Постојат иницијативи во догледно време да се започне со органско производство и на медот и дивите билки. Овој тип на храна не може да се најде во малопродажба.</p>	

	Рестораните во Валандово не нудат органска храна.	
<b>24. Прошетки, планински велосипедизам</b>	И покрај погодниот терен, нема организиран планински велосипедизам, освен еднаш во годината кога се организира од страна на училиштата како дел од остварувањето на наставната програма. И прошетките и пешачењето, организирано се остваруваат еднаш до двапати во годината, учениците од средното училиште во соработка со планинарите од општината. На Денот на ослободувањето на Валандово учество во пешачењето зема и планинарското друштво од Гевгелија и Струмица.	
<b>25. Јавање коњи</b>	Нема.	
<b>26. Затворени детски игралишта</b>	Нема.	
<b>27. Неформални игри и спортови</b>	Во Валандово се организираат неформални фудбалски и кошаркарски натпревари, особено за време на летните месеци и на тие турнири учество земаат екипи од целиот регион: Гевгелија, Струмица, Миравци.	
<b>28. Пристап до информации на Интернет</b>	Општи информации за Валандово се достапни на интернет. Единствената интернет страна за Валандово е: <a href="http://www.valandovo.gov.mk">www.valandovo.gov.mk</a>	
<b>29. Масажа</b>	Постои масажа која нуди и домашна услуга.	
<b>30. Медицински туризам</b>	Постојат неколку приватни стоматолошки и општи ординации, од кои неколку се наоѓаат во Здравствениот дом, а неколку се во приватни куќи и ги задоволуваат	

	критериумите и барањата на потенцијалните странски туристи. Цените се исти и за странски и домашни пациенти, и многу се пониски споредено со Грција. Стоматолошка хирургија и импланти нема во Валандово.	
<b>31. Планински домови</b>	Два планински домови се во состојба која може да е функционална.	
<b>32. Музеи</b>	Валандово нема музеи.	
<b>33. Митови и легенди</b>	Постојат многу митови и легенди на територијата на Валандовската општина и истите се опширно и убаво напишани во книги од автори од Валандово <sup>32</sup> .	
<b>34. Национална кујна</b>	Има неколку локални традиционални јадења кои не се дел од менијата на локалните ресторани.	
<b>35. Природа</b>	Од флората во општина Валандово како доминантен елемент е дабот (прнар) – <i>kuerkus soccifera</i> , фоја (тиса) – <i>uniperus ehcelsa</i> и поединечни стебла од култивирани растенија на дрво човек <i>arbutus andrachne</i> во чија сенка и убавина може да се ужива во пролетните и летните денови. Извори од природна вода има во месноста „Изворот“, каде може да се види дабот стар од неколку илјада години, и тоа на два до три километри оддалеченост од градот, со добар пристап до таму и можност за излет.	
<b>36. Ноќен живот</b>	Валандово има забавен ноќен живот. Постојат неколку тренди кафулиња и дискотеки.	

<sup>32</sup> К.Кајдамов и М.Карамучев - „Валандово и неговата културна историја“



<b>37. Стари занаети</b>	<p>Најголем дел од старите занаети веќе изумреле.</p> <p>Во планинските селски средини сè уште се негува и плетењето облека од волна, зошто има фамилии кои се занимаваат со одгледување овци.</p> <p>Во Валандово нема продавница за сувенири.</p>	
<b>38. Надворешни активности</b>	Нема.	
<b>39. Игралишта за деца</b>	Главното игралиште за децата од училишна возраст во пролетниот, летниот и есенскиот период, а понекогаш и во зимскиот се училишните игралишта за кошарка и фудбал. За децата од претшколска возраст има мини парк со забавни реквизити. Одвреме-навреме мал забавен парк гостува во Валандово.	
<b>40. Пренаплатување</b>	Цените се исти за локалното население и за странци. Пренаплатување на услуги не е вообичаена пракса	
<b>41. Јавни тоалети</b>	Има само еден јавен тоалет, кој има погодна местоположба. Бесплатно е, меѓутоа е запоставено и нечисто.	
<b>42. Рекреациски активности со социјална димензија</b>	Еколошки акции во рамките на Денот на дрвото кое се реализира на ниво на општината, како и на ниво на државата.	
<b>43. Патни знаци</b>	Хоризонталната патна сигнализација е истрошена, застарена и не многу корисна, додека вертикална сигнализација речиси и да нема. Сите патокази се на македонски јазик. Нема патокази до главните туристички атракции. Тоа значи дека	

	на туристите им преостанува да се потпрат единствено на помошта и насоката од локалното население за да стигнат до одредена дестинација. Повеќето улици немаат тротоар или ако имаат тие се многу тесни и непогодни. Има доволен бесплатен паркинг простор.	
<b>44. Селски гостилници</b>	Нема.	
<b>45. Безбедна околина</b>	Иако не сосема без криминални инциденти, Валандово сепак е место каде туристите можат да се чувствуваат прилично безбедно. Ниското ниво на криминалитет може да има позитивен одраз на бројот на туристи имајќи предвид дека уличниот криминал и крадењето на возила е многу ретко. Исто така, во Валандово нема опасни маала кои треба да се избегнуваат во доцните ноќни часови. Не се забележуваат ни улични питачи. Повремените, но ретки тепачки во ноќните кафеани се единствените нешта кои го потресуваат овој мирен град. Не само што тоа се случува многу ретко туку позади нив нема некоја подлабока причина.	
<b>46. Безбедност при спортски настани, безбедност на опрема и простор</b>	Спортската опрема не се дава под закуп. Нема спортски тренери и инструктори на располагање. Во летно време на базените има спасувачи.	
<b>47. Сауна, Џакузи</b>	Нема.	

48. Извидници	Веќе не.	
49. Трговски центри	Нема.	
50. Забрана за пушење	Генерално забраната за пушење се почитува.	
51. Продавница за сувенири	Нема.	
52. Бањи	Нема.	
53. Спортски објекти	Валандово располага со спортска сала со капацитет за 500 луѓе. Исто така, има фудбалски стадион со капацитет од 2000 седишта. Има и отворени базени, а во состав на базените има кафуле, соблекувални, туш и двајца обучени спасувачи. Во состав на сите училишта има игралишта, дури некои од нив имаат и атлетски патеки. Во околните села, исто така, има спортски игралишта. Сите игралишта се отворени и бесплатни, меѓутоа ниту едно не е осветлено.	
54. Такси	Достапно и по исти цени како за локалното население така и за странците.	
55. Туристичко биро	Нема.	
56. Туристички атракции прилагодени на сите временски услови	Туристички атракции погодни за сие временски услови нема, но со оглед на климатските услови кои постојат бројот на сончевите денови, 280 до 300 дена во текот на годината останува многу мал број на денови кои не би можеле да се искористат поради ладни или лоши временски услови.	

57. Сообраќајна култура	<p>Во Валандово се забележува ниско ниво на сообраќајна култура. Многу ретко возачите застануваат на пешачки премин. Правилата за превенство на поминување и прилагодена брзина не се почитуваат.</p> <p>Непрописното паркирање е чест случај, што пречи на движењето на пешаците и велосипедистите. Забележителни се оштетувања на патните знаци. И покрај наведеното, стапката на сообраќајни несреќи не е висока. Тоа се должи на малата сообраќајна циркулација. Ризикот за сообраќајни несреќи е поголем за време на ноќните часови во време на викендите, кога е поголемо и нивото на консумирање на алкохол.</p>	
58. Туристички агенции	Нема.	
59. Квалитет на вода	Официјалните анализи (хемиски и радиолошки) потврдуваат дека водата во Валандово е питка. Водоводната мрежа е направена од азбест, што би можело да претставува проблем. Сепак, најголем проблем на водоводната мрежа е нејзината дотраеност.	
60. Пристап за лица со посебни потреби	<p>Повеќето ресторани и супермаркети се лесно достапни (се наоѓаат на приземје).</p> <p>Нема обележани паркинг места за лица со посебни потреби.</p> <p>Аптеките имаат пристап за лица со посебни потреби, за разлика од другите продавници, бутици.</p>	
61. Животински свет	Сите медитерански животни карактеристични за Балканскиот Полуостров.	

62. Манстири и цркви	Манстирот „Св. Ѓорѓи“ се наоѓа на три километри одалеченост од Валандово, во шумите на планината Плауш. Во одлична состојба, со среден простор во и надвор од него, со услови за пречекување на многу гости и со можност за преспивање. Посетеноста е голема од луѓе од сите краишта од нашата држава.	
----------------------	--	--

### 1.1.1. Природни ресурси

Општина Валандово е распространета на површина од 331 км<sup>2</sup>, со надморска височина од 226 м и припаѓа во најниските општини во Република Македонија. Просечната стапка на височина на Валандовското поле изнесува 82 метри.

Според просторно-географската положба се наоѓа на југ од Демиркаписката Клисуре, источно од реката Вардар и западно и северно од планинските ограноци на планините Плавуш и Беласица. Територијално, на север се граничи со општина Конче, на исток со општина Струмица, на југ со општините Богданци и Дојран, а на запад со општина Гевгелија.

Поширокото подрачје на градот Валандово се наоѓа на 41°19'0" северно од Екваторот и 22°33'39" источно од почетниот меридијан. Со својот јужен дел се граничи со Република Грција, на исток со Република Бугарија, а на север и запад со Источниот и Пелагонискиот регион.

Валандовската Котлина е опкружена од северната страна со Голаш и Градечка Планина, од исток со ограноците на Беласица, од југ со Казандолски Рид, а од запад со реката Вардар. Во сите планинско-ридски делови доминираат: дабот *querkus sossifera* – прнар, габер, плантус, клен, јелуш, бука, црн бор, а од зелестата вегетација (цветници) доминира ксерофитната вегетација, ароматични билки и тревести тестолисни. Од лековитите растенија се застапени мајчина душица, кантарион, оригана, салеп, челунак, слес, жалфија и други лековити и ароматични билки.

Специфичната географска и топографска положба на Валандовскиот регион ја карактеризираат средноземноморска клима чија испреплетеност на регионот му дава посебен белег – долги топли лета со високи среднодневни температури и намалено годишно количество на врнежи, намалени зимски температури и појава на ветрови од сите правци,

карактеристични за регионот се северозападниот, југозападниот, а поретко северецот и јужниот топол ветер.

Во однос на светлината, Валандовскиот регион се одликува со долг период на сончеви денови и со висок светлосен интензитет. Утврдено е дека подрачјето се карактеризира со околу 270 – 300 сончеви денови. Сончевиот сјај трае 2377 часа годишно. Магла во просек има најмногу 20 дена во годината.

Поради субмедитеранските влијанија од Егејското Море и влијанието на континенталната клима, климатските услови во Валандовскиот регион се карактеризираат со намалено годишно количество врнежи (400 – 600 l/m<sup>2</sup>), засилена аридност и менлив плувометарски режим со намалена зимска температура. Најтопли месеци се јули и август со просечна температура од 23°C, а најстуден месец е јануари со просечна температура од 1,2°C.

По централниот дел на Валандовската Котлина протекува Анска Река, која е притока на реката Вардар. Анска Река е продолжение на Башибоска Река, а од нејзината јужна и северна страна по котлината егзистираат водотеци (Студена вода и Мичковица), кои ги прифаќаат подземните води од северниот и јужниот масив. Студена вода се влева во Анска Река кај месноста Страиште, Мичковица покрај селото Марвинци во Вардар.

На северозападниот дел од котлината, во реонот на Градечка Планина, има два водотека, Аразлика во близина на с.Удово, Градечка Река во с.Градец и на крајниот северен дел кон Демир Капија постои водотекот наречен Маркова Река кој нема економско значење.

Природни и вештачки акумулации не постојат, а водотеците се со мал агол и брзина на проток.

Најголеми реки на територија на општината се Анска Река, Арзалика и Градечка Река и сите припаѓаат на Вардарскиот речен слив. Анска Река е

продолжение на Башибоска Река и има должина од 12 км. Пред нејзиното влевање во реката Вардар, прима неколку помали рекички: Прстенска Река и Башибоска Река. Површината на речниот слив на Анска Река до нејзиното влевање во Вардар изнесува 160 км<sup>2</sup>.

#### **1.1.2. Сообраќајна поврзаност**

Општина Валандово е раскрсница на многу значајни патишта кои водат кон општините Скопје, Гевгелија, Дојран и Струмица. Низ Валандовската општина минува автопатот Е-75 Скопје – Гевгелија.

Во близина на општина Валандово има три гранични премини. Граничниот премин кон Република Грција – Дојран е оддалечен 26 км, Богородица 30 км, а граничниот премин Ново Село кон Република Бугарија е оддалечен 48 км.

Општина Валандово сообраќајно е поврзана со магистралниот пат Е-75 1) (Скопје – Гевгелија); регионалните патни правци Р – 110 (с. Удово – с. Раброво), Р- 604 (Оранжерији – с. Марвинци) како и локалните патишта со кои општината се поврзува со околните населени места.

Регионалните патишта опфаќаат површина од 46,5 км, а локалните патишта 74,3 км.

#### **1.1.3. Културно – историски ресурси**

Општина Валандово е една од најстарите градски општини во Република Македонија, со своите традиции, обичаи и богат културен живот.

Културниот центар „25 Мај“ формиран е во 1983 година, со здружување на киното „Хром“, Пионерски дом и локалната радио-станица.

Како културна институција има доминантно место во општината и дава значаен придонес во збогатување на културниот и забавниот живот на граѓаните. Во составот на Домот работи и Матичната библиотека „Гоце Делчев“, а во неговите простории се сместени повеќе културни институции и



организации: „Музејска збирка“, „Фолк Фест Валандово“, КУД „Гоце Делчев“, детскиот фолклорен ансамбл како најголемо организирано здружение во општината, „Распеани Валандовчани“, Радио Валандово. Преку него се реализираат поетски читања, ликовна колонија, концерти, промоции на книги, курсеви за странски јазици итн.

#### **1.1.3.1. Исар – Марвинци**

„Исар-Марвинци“ – археолошки локалитет („Исар – Кале“), се наоѓа во близина на селото Марвинци, 7 км југозападно од Валандово, во непосредна близина на автопатот Скопје – Гевгелија, од левата страна на реката Вардар. На овој простор во старо време егзистирала населба врз чии остатоци, благодарение на повољните услови и местоположба во Вардарската долина, подоцна се развила античка населба од хеленистичко време, која постепено прераснала во значаен економски, сообраќаен и културен центар на областа, во античко време нарекувана Амфакситида, што се наоѓала на двете страни на реката Аксиос (Вардар).



Слика 9.: Натпис во кој пишува Македонија во археолошкиот локалитет „Исар“ Марвинци

Figure 9.: A heading that says 'Makedonija' in the archeological site "Isar" Marvinci



Слика 10.: Дел од археолошкиот локалитет „Исар“ Марвинци  
Figure 10.: Part of the archeological site “Isar” Marvinci



Слика 11.: Дел од археолошкиот локалитет „Исар“ Марвинци  
Figure 11.: Part of the archeological site “Isar” Marvinci

#### **1.1.4. Сместувачки и угостителски капацитети**

Во Валандово постојат неколку сместувачки капацитети: хотел и два планинарски дома. Хотелот е новоотворен, функционира неколку години и е оддалечен на еден до два километри од центарот на градот. Сместен е во месноста „Изворот“ во падините на планината Плауш. Има 11 комплетно уредени соби.

Планинарските домови до сега се само за интерна употреба на институциите кои ги поседуваат.

Од угостителски капацитети градот располага со три кафетерии, две пицерии и три ресторани, од кои еден е во состав на хотелот. Капацитетот на седишта во сите три ресторани е од 150 – 200 луѓе.

#### **1.1.5. Забава и разонода**

Валандово има забавен ноќен живот во две дискотеки од кои едната е затворена за зимскиот период, а другата се наоѓа на локалитетот „Изворот“ и е за летниот период, затоа што е на отворено.

Разонодата може да биде збогатена со посета на следниве месности:

- Пешачење до Кулата – маркантен историски споменик. Овој средновековен културно-историски споменик се наоѓа северозападно од Валандово, на сртот на еден осамен каменест врв на планината Плавуш, на надморска височина од 653 м. Овој маркантен објект е изграден на тешко пристапно место, кое што со векови одолева на природните стихии и на забот на времето. Не се знае кога била градена кулата, се претпоставува од XI до XIV век. Постои легенда дека кулата со градот била поврзана со подземен ходник, но за тоа траги до денес нема;
- Посета на селото Башибос. И во природата во оклината на ова село може да се ужива, покрај Башибоската Река, а да се пие природна вода од чешмата која се наоѓа пред селото. Во Башибос живее население со турска националност. Тука може да се проба традиционална македонска храна измешана со традицијата на овдешното население;
- Посета на археолошкиот локалитет „Исар“ во с. Марвинци.

## **2. Евент туризмот во регионот на Валандово**

### **2.1. Досегашен развој на Евент туризмот во регионот на Валандово**

Во регионот на Валандово се одржуваат поголем број настани. Поголемите од нив се со долга традиција на одржување. Одржувањето на настаните е распоредено во текот на пролетниот, летниот и есенскиот период од годината. Бидејќи местоположбата на Валандово е таква што изобилува со топли и сончеви денови и благи зими, климатските услови се во прилог на одржување на настаните.

Организацијата на настаните е на локално ниво. Во организацијата досега учествувале човечки ресурси кои се ангажирале за настанот за кој тие се одговорни. Некои од настаните добиваат скромна финансиска помош од општината.

### **2.2. Постоечки настани во регионот на Валандово**

#### **2.2.1. Културни настани**

##### **2.2.1.1. Фолк Фест Валандово**

Валандово е најпознат по музичкиот фестивал „ФОЛК ФЕСТ“ кој се одржува последната недела од месец мај секоја година. Фестивалот за првпат е одржан 1985 година и веќе 28 години опстојува како нова традиција во државата. Од „ФОЛК ФЕСТ“ Валандово се излезени голем број хитови и многу познати пејачки имиња од македонската естрада. Во 1989 година е изградена сала која брои 1.200 седишта и во која веќе 24 години успешно се одржува манифестацијата. Секоја година се врши пренос од Македонската телевизија и фестивалот е гледан не само од домашната публика, туку и во дијаспората. Така, преку песната, фестивалот ги обединува сите Македонци во светот, без разлика каде тие живеат и работат. Фестивалот успешно ја одржува богатата музичка традиција на народни песни во РМ, како еден од најзначајните белези на македонскиот народ. Фестивалот се одржува во две полуфинални вечери и една финална. Во годините од 1985 до 1991 на фестивалот учествувале

изведувачи од сите републики на тогашната држава Југославија и тоа му давало огромна популарност и посетеност на фестивалот. Во тоа време популарноста на фестивалот ја потврдуваат и бројот на продавани плочи и касети, по 80 000 примероци за една година<sup>33</sup>. По осамостојувањето на Република Македонија на фестивалот учествуваат изведувачи од Република Бугарија и Република Србија. „Фолк фест“ Валандово денес е институција од национално значење израсната во една музичко – политичка манифестација. Во живо, настапите на фестивалот се проследени од голем број истакнати политички, стопански, културни и научни раководители од државата како и од голем број граѓани, љубители на македонската песна. До 1999 година фестивалот е посетен од повеќе од 40.000 посетители од градот Валандово, земјата и надвор од неа<sup>34</sup>. Редовно известување за фестивалот е од страна на следниве медиуми: дневните весници, како што се „Нова Македонија“, „Вечер“, некогашната ревија „Екран“, а на просторите на поранешна Југославија известувањето за случувањата на Валандовскиот фестивал го правеле ревијата на белградскиот „Сабор“ и сараевскиот „Орбис“<sup>35</sup>, а до ден денешен значајно е присуството на Македонското радио и на Македонската телевизија.

---

<sup>33</sup> Фолк фест Валандово, Монографија и песнарка, НПРО „Трибина“, Скопје

<sup>34</sup> 15 години „Фолк Фест“ - Валандово, дом на културата „25 Мај“ - Валандово

<sup>35</sup> 15 години „Фолк Фест“ - Валандово, Дом на културата „25 Мај“ - Валандово





Слика 12.: Дел од сцената на фестивалот „Фолк Фест“ Валандово  
 Figure 12.: Part of the stage of the festival “Folk Fest” Valandovo



Слика 13.: Дел од центарот на градот  
 Figure 13.: Part of the center of the town

#### **2.2.1.2. Хид – Бах Шен Фест**

Фестивалот на пролетни веселби ХИД – БАХ ШЕН ФЕСТ е манифестација која постои од 1992 година и непрекинато се одржува секоја година во селото Чалакли во почетокот на месец мај. Самиот фестивал е истовремено прослава на пролетните празници, како дел од традицијата на турското население, но истовремено и промоција на турската култура и традиција, претставена во повеќе форми. ХИДРЕЛЕЗ е празник кој го означува почетокот на новиот циклус на природата, на нејзината обнова и затоа тој претставува апотеоза (славење на животот), од што потекнува и мотото на фестивалот. Фестивалот трае четири дена и се состои од следниве содржини: фолклор, изложби на ракотворби и фотографии, концерти, театарски претстави, традиционално пеливанско борење, фудбалски турнир, научен симпозиум и слични активности. Бројот на учесниците во програмските активности на настанот е околу 1000 луѓе од кои учесници во фолклорни групи се околу 600 луѓе, околу 300 луѓе кои се задолжени за боречките натпревари: борачи (пеливани), судии, тренери, околу 50 луѓе учесници на научниот симпозиум, 100 лица кои ги прават изложбите, театарските претстави, концертите. Фолклорните групи кои доаѓаат се по десетина групи од странство и тоа од: Грција, Бугарија, Романија, Србија, Косово, Босна и Херцеговина, Украина, Турција, Северен Кипар. Не изостануваат ниту фолклорните групи од Македонија, како од регионот така и од целата земја. Гости, посетители на настанот бележат бројка од 5000 лица кои овде за време на настанот пристигнуваат од цела Р. Македонија, Бугарија, Грција, Косово, Србија, Турција.

„Хид Бах Шен Фест“ со одлука на Министерството за култура на Република Македонија од 2003 година е прогласен за манифестација од посебен национален интерес. Овој фестивал е номиниран за да се запише во репрезентативната листа на Нематеријално културно наследство на УНЕСКО.

Следи Фестивалска програма на 23-тиот Меѓународен фестивал пролетни веселби:

Табела 5.: Програма на фестивалот во 2014 година  
Table 5.: Festivals programme for 2014 year

<b>Чалакли</b>	
<b>02 мај 2014 година, петок</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Хидрелезен фудбалски турнир</li> <li>- Пречекување и сместување на гостите и учесниците</li> </ul>
<b>03 мај 2014 година, сабота</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Свечено отворање ..... 12.00 часот</li> <li>Од 12.00 до 19.00 часот:</li> <li>- 33-ти Традиционален пеливански турнир - Музички состав на Министерство за култура на Р. Турција</li> <li>- КУД домаќини</li> <li>- КУД гости (Турција, Бугарија, Романија, Украина, Грција, Косово, Србија, Босна)</li> <li>- Поздравен збор</li> <li>- Коктел и посета на изложба</li> <li>- Претставување на Пеливанска ага</li> <li>- Пеливанско борење</li> <li>- Театарска претстава.....20.00 часот</li> </ul>
<b>04 мај 2014 година, недела</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Дочек на КУД .....09.30-10.30 часот</li> <li>- Дефиле на КУД .....11.30 часот</li> <li>- Настап на КУД.....12.00-16.30 часот</li> <li>- Настап на музички состав на М. за култура на</li> </ul>



Р. Турција.....16.30 часот  
- Пригодни награди и признанија.....18.00 часот  
- Забавна програма (фестивалски оркестар)



Слика 14.: Настап на КУД „Бахар“ Валандово - дел од програмата на настанот „Хид – Бах Шен Фест“  
Figure 14.: Show of the CAG “Bahar” Valandovo – part of the program of the event “Hid – Bah Shen Fest”



Слика 15.: Дел од програмата на настанот „Хид – Бах Шен Фест“  
Figure 15.: Part of the program of the event “Hid – Bah Shen Fest”



Слика 16.: Дел од програмата на настанот „Хид – Бах Шен Фест“  
Figure 16.: Part of the program of the event “Hid – Bah Shen Fest”



Слика 17.: Пеливанско борење (Ѓуреш) – дел од настанот „Хид – Бах Шен Фест“  
Figure 17.: Pelivansko (free style) fight (Gjuresh) - part of the program of the event “Hid – Bah Shen Fest”





Слика 18.: Настап на КУД Гоце Делчев“ Валандово - дел од програмата на настанот „Хид – Бах Шен Фест“

Figure 18.: Show of the CAG “Goce Delchev” Valandovo - part of the program of the event “Hid – Bah Shen Fest”

### 2.2.1.3. Ракијада

Во рамките на градот Валандово, почнувајќи од 2000 година, се организира манифестацијата Ракијада. Се одржува во месец октомври, после завршувањето на бербата на грозје. Главни организатори на овој настан се градоначалникот, Советот на општината и Домот на културата во Валандово. Ракијадата има, пред сè, друштвен, но и натпреварувачки карактер, бидејќи учесниците се натпреваруваат во варење на ракија. Од година во година манифестацијата станува сè позначаен дел од културата во регионот, но и пошироко. За тоа се доказ гостите кои од година во година пристигнуваат во поголем број и од пошироките региони. „Македонската ракија е подобра од српската“, е изјавата на претседателот на Србија Томислав Николиќ, кој во 2012 година ја посети Ракијадата заедно со претседателот на Р.Македонија, Ѓорге Иванов<sup>36</sup>.

<sup>36</sup> „Blic“, online вести, преземено на 10 февруар 2014 г.



Слика 19.: Поставени казани на настанот „Ракијада“  
Figure 19.: Placed boilers on the event “Rakijada”



Слика 20.: Локација на настанот „Ракијада“  
Figure 20.: Location of the event “Rakijada”

#### **2.2.1.4. Денови на книгата**

Од минатата, 2013 година, во Валандово започна настанот „Денови на книгата“. Настанот е во организација на луѓе вљубеници во книгата и кои се расположени да ја шират културата преку овој настан.



### 2.2.2. Верски настани

#### 2.2.2.1. Празнување на Светите апостоли Петар и Павле (Петровден)

Според народното предание, во месноста „Изворот“ се наоѓала црква „Св.Никола“ и се знае дека оваа црква на ова место била изградена во врска со некој култ бидејќи тука постои чудотворен извор на вода. Денес не е познато местото каде точно се наоѓала оваа црква, но изворот со вода сè уште постои. Денес, по традиција, на ова место на Петровден се дава ручек – Трпеза на љубовта. Постои традицијата по која на ова место доаѓаат посетители од локланите населени места и секоја година се одбележува и тоа во претпладневните часови во православната градска црква „Свети Димитрија“ се извршува света божествена литургија, а во попладневните часови во месноста „Изворот“ се извршува водосвет и кршење на славскиот леб. Оваа месност во преданијата се поврзува со маркатниот споменик Кулата за кој се знае дека потекнува од XI до XIV век.



Слика 21.: Дарување на Светите апостоли Петар и Павле – дел од настанот на месноста „Изворот“

Figure 21.: Offering gifts to Saint Apostol, Peter and Pavle – part of the event of the locality “Izvorot” (“The Stream”)



Слика 22.: Дарување на Светите апостоли Петар и Павле – дел од настанот на месноста „Изворот“  
 Figure 22.: Offering gifts to Saint Apostol, Peter and Pavle – part of the event of the locality “Izvorot” (“The Stream”)



Слика 23.: Ручекот кој го одбележува празнувањето на Светите апостоли Петар и Павле (Петровден)  
 Figure 23.: A luncheon that represents the celebration of Saint Apostol, Peter, and Pavle (Petrovden)

#### **2.2.2.2. Празнување на Свети Ѓорги**

Манастирот „Св. Ѓорги“ се наоѓа во еден живописен предел на планината „Плавуш“, северозападно од Валандово, расположено во тишината и спокојот на природата.

Српскиот цар Стефан Душан во 1349 година на овој простор ја изградил црквата „Св. Ѓорги“ и ја подарил како метох на светогорскиот манастир (руски) Св.Великомаченик Пантелејмон.

Според едно предание Крале Марко на враќање од Дојран за Прилеп, каде што бил да си ја измери силата со фрлање камења во водите на Дојранското Езеро, застанал во црквата да се одмори пред да го продолжи патот.

По доаѓањето на Турците во Валандово црквата станала манастир.

Манастирскиот простор денес е прекрасно среден и преобразен во излетничко место. Околу манастирската црква има четири чешми со исцртани фрески и многу питка вода, за која старите веруваат дека е и лековита вода.

Во дворот на манастирот и во околината има направено клупи за седење со маси кои се подготвени за пречекување на гости и во поголем број. Сето тоа е сместено во ладовините на сенките од јаворови дрвја и е погодно посебно за посета во летниот период, но е многу убаво и во пролет и во есен. Манастирот нуди и опремена кујна.

Традицијата на манастирот е тоа што една вечер пред празникот Великомаченик Ѓоргија, во манастирот има целовечерна служба (бдение) и, по традиција, луѓето остануваат да преспијат. На денот на Св. Ѓоргија има литургија, осветување на колаци направени од кумот и верниците, а во попладневните часови има благословување на славски ручек (луѓето оставаат за дар јагниња, кочови или риба, ако деновите на празникот се среда или петок).





Слика 24.: Ручекот кој го одбележува празнувањето на Св. Ѓорге  
Figure 24.: A luncheon that represents the celebration of Saint Georgi



Слика 25.: Осветување на колаците направени од кумот и верниците  
Figure 25.: Consecration of collation made godfather and believers



### 2.2.2.3. Ифтар вечер

На 9 август 2012 година, за првпат во Валандово се одржа „ИФТАР вечер“ - вечера по зајдисонце во месецот на РАМАЗАН. Организатор на оваа манифестација е Бајрам Паша-општина од Истанбул.

Секој ден во текот на месецот Рамазан, муслиманите низ светот стануваат пред изгревот на сонцето да јадат Сухоор, оброк пред зората, и извршуваат фаџар (fajr) молитва. Сите мора да имаат завршено со јадење и пиење пред да започне повикот за молитва (езан), па сè до четвртата молитва од денот, магриб (залез). Муслиманите можат да продолжат да јадат и пијат по залезот на сонцето, па сè до следниот фаџар (повик за молитва). Една таква вечера започна да се организира како настан собирајќи ги муслиманите од регионот заедно да прослават и да се дружат. Сето тоа е проследено со програма за која се погрижил организаторот.



Слика 26.: Ифтар вечер во Валандово  
Figure 26.: Iftar night in Valandovo



Слика 27.: Настап на играорната група на КУД „Гоце Делчев“ од Валандово на настанот Ифтар вечер  
 Figure 27.: Performance of the traditional dance group of CAG “Goce Delcev” Valandovo on the Iftar night event



Слика 28.: Настап на играорна група од општина Бајрам Паша – Турција  
 Figure 28.: Performance of the traditional dance group from municipality of Bajram Pasha – Turkey

### 2.2.3. Спортски настани

Спортските настани, кои се од поголем размер што се случуваат во летниот период, се турнирот во кошарка и турнирот во мал фудбал. И двата

настани започнале да се случуваат од спортски побуди за денес да привлекуваат кошаркарски и фудбалски екипи и од соседните региони.

Инаку, спортски настани се случуваат во секое населено место во регионот и притоа на тој начин се одбележуваат светците кои се сметаат за заштитен светец на тоа населено место.

Во Валандово секоја година, веќе пет – шест години, во градската спортска сала се одржува спортскиот настан за децата инвалиди, во кои тие учествуваат како учесници заедно со децата од основното и средно училиште.

#### **2.2.3.1. Турнир во кошарка**

Турнирот во кошарка е настан кој се организира во втората половина од август. Почетоците датираат од 1981 година. Започнал како турнир помеѓу маалските и градските екипи и прераснал во регионално познат турнир. Турнир во кој учествуваат екипи од Југоисточниот регион, а понекогаш и пошироко. Секоја година го организираат различни групи, најпрво почнувајќи од група ентузијастички заљубеници во спортот, за во последните години да го организира Здружение на граѓани и тој преминува во меморијален настан во чест на кошаркар, кој прерано го загуби животот.

#### **2.2.3.2. Турнир во мал фудбал**

Турнирот во мал фудбал се одржува во втората половина од месец јуни, а завршува на Петровден, ден на панаѓур во Валандово. Настанот се случува во чест на Петровденскиот панаѓур на градот. Неговото организирање започнало во 1975 година од заљубеници во спортот.



Слика 29.: Утакмица од настанот во мал фудбал  
Figure 29.: A match in soccer



Слика 30.: Натпревар во одбојка  
Figure 30.: A match in volleyball

Оваа година за прв пат се одржа и турнир во одбојка кој се случуваше паралелно со турнирот во фудбал.

#### **2.2.4. Забавни настани**

Од забавните настани кои се одржуваат во општината би ги издвоила Културното лето и денот Петровден – панаѓурот на градот Валандово.

##### **2.2.4.1. Културно лето**

Културното лето во општината не е секоја година со ист интензитет. До сега се случувало по иницијатива на Министерството за култура како



летен културен караван, кој зафаќаше повеќе градови од Републиката. Од општинско ниво се настаните кои ги организира локалната самоуправа, во чест на Денот на панаѓурот на градот – Петровден.

#### **2.2.4.2. Петровден**

Петровден е денот на панаѓурот на градот. Во минатото тоа бил ден кога во градот доаѓале гости од други градови. Дента ручекот бил на месноста „Изворот“, а вечерта гостите биле дома, т.е. во градот. Денес сè уште се одбележува овој ден, некоја година позначајно, друга со не многу активности. Но, одбележувањето трае, се задржало и се означува. Во денешнината овој ден се прославува со гостувања на различни групи, драмски групи или бендови на центарот од градот и сите излегуваат за да се забавуваат. Овој ден отсекогаш се одбележувал со настапите на „Распеани Валандовчани“. Формирани се уште од 1974 година и до ден денешен ја негуваат староградската песна на македонскиот народ.



Слика 31.: „Распеани Валандовчани“ од 1974 г.  
Figure 31.: „Raspeani Valandovchani“ („Singing Valandovo folks“) from year 1974



Слика 32.: „Распеани Валандовчани“ во 2014 г.  
Figure 32.: „Raspeani Valandovchani`` (“Singing Valandovo folks”)  
from 2014y.

### **3. Емпириско истражување**

#### **3.1. Цели и предмет на истражувањето**

Ова истражување има научна и практична цел. Научната цел се однесува на одредени теоретски сознанија за прилагодување на настанот како туристичкиот производ во општината Валандово која до сега не е позната како туристичка дестинација во нашата држава. При тоа, го земаме предвид сознанието дека Евент туризмот на глобално ниво во последните години бележи брз развој. Практичната цел е поврзана со имплементација на теоретските сознанија во практиката.

##### **3.1.1. Цели на истражувањето**

Овој магистерски труд треба да укаже на тоа дека резултатите до кои се дошло со научно-истражувачкото работење од оваа област укажуваат на значењето и на многу брзиот развој на Евент туризмот на глобалниот туристички пазар. Богатството и досегашното искуство за одржување на настани кое Валандово го има, да се стави во насока на привлекување на туристи од државата и соседните држави. За да можат да се применуваат современите сознанија од ова област, цел е да се даде предлог на неколку можни правци за понатамошен развој при креирањето на стратегијата за развој на Евент туризмот.

##### **3.1.2. Предмет на истражувањето**

Предметот на ова истражување е: „Евент туризам – потенцијал и развој во општина Валандово“. Во предметот на ова истражување се анализираат три поими што треба да се операционализираат: туризмот на настани - поим и дефинирање, постоечки настани во Валандовско и согледување на можност за поставување на стратегија за развој на туризмот на настани на ова поднебје.

### **3.2. Хипотези**

#### **3.2.1. Основна хипотеза**

Настаните се значајна компонента на туризмот во денешнината и се со клучна улога во формирање на стратегија за развој на туризмот на оваа дестинација и со ефикасно валоризирање на потенцијалите би можело значајно да се придонесе за подобра позиција на Валандово на туристичкиот пазар за туризмот на настани.

#### **3.2.2. Посебни хипотези**

1. Валандово и регионот имаат добри услови за да бидат позиционирани на туристичкиот пазар на Евент туризмот;
2. За успешен развој на туризмот на настани неопходно е да се креира стратегија за развој на Евент туризмот на локално ниво;
3. Со развојот на Евент туризмот Валандово ќе развие еден од најефикасните начини на валоризирање и зачувување на своето културно и историско наследство.

### **3.3. Избор на примерок**

При избор на примерок за испитување при првата анкета земено е предвид населението кое живее во општината, т.е. во регионот, по случаен избор. Анкетирани се 100 испитаници од 20 до 60 години, поделени по старосни категории и занимање.

Во втората спроведена анкета, повторно се земени предвид 100 граѓани по случаен избор, но од другите градови на нашата држава. Старосната граница овде е од над 10 години најниската, до над 60 години највисоката .

### **3.4. Методолошки техники за прибирање податоци**

Истражувањето е базирано на општите методолошки начела врз основа на кои потоа се направи анализа. Од општите научни методи се користеше Метода на набљудување, а во рамките на тоа се користи



Описната метода и Методата на средување на податоци, односно се користи теориска обработка на емпириските податоци што подразбира расчленување, споредување и синтеза на собраните податоци.

За исполнување на целите, како и за целосна опфатеност на предметот на истражувањето, се искористи Дијалектичкиот метод преку кој предметите, појавите, процесите и категориите се набљудуваат во нивна меѓусебна причинско - последична поврзаност и взаемна условеност, додека во одредени делови се искористија Методите на квантитативна, квалитативна и компаративна анализа. Анализата се иврши врз основа на претходно проучуваната научно-теоретска содржина и согледаната состојба во реалноста.

За прибирање на примарни податоци во рамките на емпириското истражување од методолошките инструменти се спроведоа анкети и интервјуа. За анкетното истражување се изготвија анкетни прашалници со структурирани, јасни и недвосмислени прашања, чија цел е да ја утврди моменталната состојба на Евент настаните во општината, а интервјуто се спроведе со некои од организаторите на Евент настаните кои постојат во општината.

#### **3.4.1. Анкета**

Се спроведоа две анкети. Едната се спроведе во општината и се однесуваше на населението од општината, а другата се спроведе преку интернет и се однесуваше на луѓето од другите градови на нашата држава.

Од прашањата во првата анкета се утврди моменталната состојба за настаните во општина Валандово во однос на повеќе прашања. Прашањата кои се поставија преку анкетата се од повеќе области и од оценката добиена од секое прашање се увиде какво е мислењето на населението по тие прашања. За секое прашање беа понудени оценки од 1 како најниска оценка до 5 како највисока оценка, за анкетираниите лица по свое мислење да ја оценат активноста. Испитаниците ја заокружуваа оценката со која тие го оценуваат настанот по секое прашање. Секој настан за секое прашање

се обработи и се доби средна оценка и, на крај, се одреди заедничка средна оценка по сите прашања за секој настан и заедничка средна оценка за секое прашање за сите настани заедно.

Настаните кои беа опфатени со анкетата се седумте настани кои имаат повеќе од 14 години традиција во одржувањето. Поновите настани кои постојат и се одржуваат или оние кои се одржуваат пократок временски период се од последните две до три години и не се ставени за дискусија и анализа.

Со следните прашањата беа опфатени согледувањата на локланото население за настаните во општината:

- Аспектот на значење на настанот за општинатата;
- Содржинскиот аспект на настанот;
- Аспектот за тоа колку настанот ја одржува на традицијата;
- По број на посетители;
- За локација – квалитет и капацитет на одржувањето на настанот;
- За траење на одржувањето на настанот;
- За квалитет и оригиналност на настанот;
- Човечки ресурси кои го организираат и
- Колку јавноста е информирана за настанот.

Анкетата која е спроведена преку социјалните мрежи ги испита мислењата на граѓаните од другите градови во нашата држава за настаните во општина Валандово. Интересот на испитување е насочен кон информираноста за настаните, посетеноста и колку испитаниците се задоволни од настаните од аспект на организација, содржина, локација и квалитет на настаните општо.

Целта за спроведување на анкетите е да се дознае мислењето за настаните во Валандово и општината и на граѓаните од матичниот град, односно општина и на граѓаните од целата држава. Од добиените резултати треба да се добие реална слика за случувањата, да се увиди успешноста на настаните, нивото на маркетинг за истите, да се откријат слабите точки и

да се даде насока во која би требало истите во иднина да се развиваат доколку се сака да се направи стратегија на долг рок.

### 3.4.2. Интервју

При реализирањето на истражувањето се спроведе и методолошкиот инструмент – интервју. Интервјуто се изврши со еден од организаторите на фестивалите: „Хид-Бах Шен Фест“ и „Фолк-Фест“ и со вработен во административно-финансовиот дел на општината.

Интервјуата што се спроведоа дадоа одговор на прашањата за тоа:

- Кој и како го планира настанот;
- Кој и како го организира настанот;
- Начинот на финансирањето на настанот;
- Кој и како го реализира;
- Каква е помошта во реализирањето на настанот од општината;
- Дали постојат спонзорства и дали тие задоволуваат;
- Кои институции помагаат на каков било начин во одржувањето на настанот;
- Дали и каква промоција на настанот се прави.

### 3.5. Реализација на истражувањето

Во општината на регионално ниво анкетирани се 100 испитаници од 20 до 60 години, поделени по старосни категории и занимања. Од испитаните 38% се вработени, 18% се невработени, 18% се пензионери и 13% се студенти. Старосната структура е следна: 30% од нив се од 20 до 30 години, 30% се од 31 до 40 години, 18% се од 41 до 50 години и 22% се од 51 до 60 години.

Табела 6.: Старосна категорија и занимање на испитаниците  
Table 6.: Age category and state of job of the respondents

Критериуми	Процент (%)
<b>Старосна структура</b>	
Од 20 до 30 години	30

Од 31 до 40 години	30
Од 41 до 50 години	18
Од 51 до 60 години	22
<b>Занимање</b>	
Вработени	38
Невработени	18
Пензионери	18
Студенти	13

На анкетата која се спроведе преку Интернет одговорија 100 граѓани од државата од кои 51% се од машки пол, а 49% се од женски пол. Старосната граница е следна: 40% од испитаниците се на возраст од 10-19 години, 51% се на возраст од 20-29 години, 6% се на возраст од 30-39 години, 3% се на возраст од 40-49 години, а додека од 50 години па нагоре не одговорил никој.

Табела 7.: Пол и старосна структура на испитаниците  
Table 7.: Sex and age category of respondents

Критериуми	Процент (%)
<b>Пол</b>	
Машки	51
Женски	49
<b>Старосна структура</b>	
Од 10 до 19 години	40
Од 20 до 29 години	51
Од 30 до 39 години	6
Од 40 до 49 години	3
Над 50 години	/

#### 4. Анализа и интерпретација на резултатите од истражувањето

##### 4.1. Табеларно и графичко прикажување на резултатите по настани од анкетата која е спроведена во општина Валандово

###### 1. Настан: „Фолк Фест“ Валандово

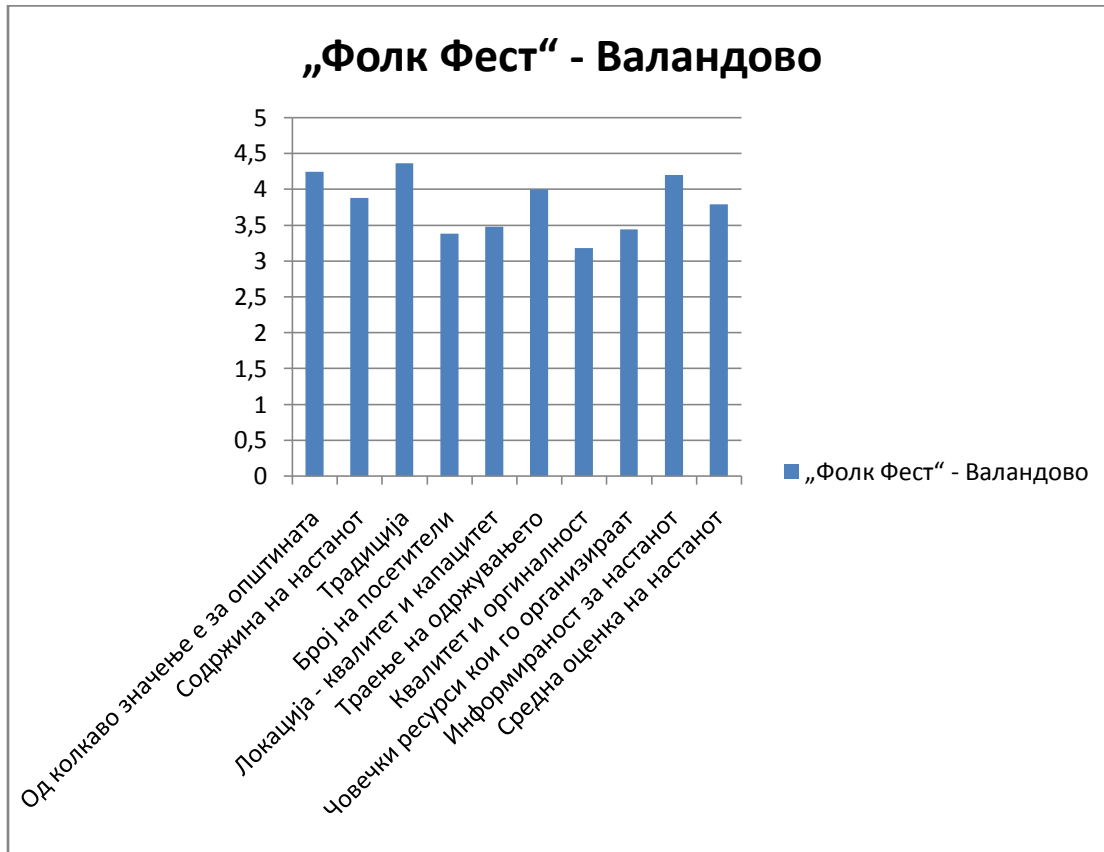
Табела 8.: Резултати од испитаниците за настанот „Фолк – Фест“  
Table 8.: Results from respondents for the event „Folk – Fest“

	„Фолк Фест“ Валандово	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	4,24
2.	Содржина на настанот	3,88
3.	Традиција	4,36
4.	Број на посетители	3,38
5.	Локација – квалитет и капацитет	3,48
6.	Траење на одржувањето	4,00
7.	Квалитет и оригиналност	3,18
8.	Човечки ресурси кои го организираат	3,44
9.	Информираност за настанот	4,2
	<b>Средна оценка на настанот</b>	<b>3,79</b>

На Табелата на која е претставена обработената анкета за настанот „Фолк фест“ Валандово се гледа дека традицијата на настанот е оценета со највисока средна оценка (4,36), а по тоа следи значењето на настанот за општината (4,24). Квалитетот и оригиналноста се оценети со најниска оценка (3,18), а и бројот на посетители според месното население не ги задоволува очекувањата (3,38). Значи, средните оценки се движат од 3,18 до 4,36.

Средната оценка за овој настан по сите прашања е 3,79. По висината на средната оценка овој настан е шести по ред од осумте настани кои беа застапени во анкетата.

Посликовито овие резултати можат да се видат на Графиконот кој следи:



Слика 33.: Графички приказ на резултатите од анкетата за настанот: „Фолк Фест“

Figure 33.: Graphical representation of the results from the survey on the event “Folk Fest”

Што може да се констатира од анкетата за овој настан:

- При анализирање на секој настан посебно, „Фолк Фест“ Валандово највисоко е оценет за традицијата на одржувањето. Фестивалот се одржува 29 години без прекин почнувајќи од 1985 година и издржувајќи ги турбуленциите низ времето и историјата. Овде се мисли на преодниот период по одделувањето на Р. Македонија од тогашната држава Југославија и нејзиното осамостојување. До 1992 година на фестивалот земаа учество еминентни имиња од територијата на целата тогашна држава, посетеноста беше на побројно ниво, учеството на печатот од тие простори беше застапен и привилегиите од сето тоа се чувствуваа. До

денес е успеано да се врати нешто од тоа, т.е. да се привлече учество на пејачи од поблискиот меѓународен регион, меѓутоа, тоа сè уште не е на ниво како што треба, а тоа го покажува и најниската оценка која овој настан ја има добиено од локалното население;

- Веднаш по традицијата високите средни оценки се за тоа колку овој настан е значаен за општината и информираноста за настанот. Населението од општината го чувствува овој настан за важен и така се изјасниле, зошто овој фестивал е промотор не само на нашиот град, туку и на македонското културно наследство. Фестивалот се пренесува на МТВ и во дијаспората и затоа информираноста за истиот задоволува;

- Најниска оценка овој настан има добиено за квалитетот и оригиналноста (3,18) . Ако треба врз основа на оваа анкета да донесеме заклучоци, тоа значи дека со текот на времето овој настан ги изгубил квалитетот и оригиналноста;

- Веднаш по квалитетот најниско е оценето прашањето за бројот на посетители (3,38), што значи дека едното со другото прашање се поврзани и заедно одат едно со друго;

- Локацијата по квалитет и квантитет е оценета со релативно ниска оценка (3,48) што значи дека месното население мисли дека тука треба нешто да се превземе. Отворената, но покриена сала, не е реновирана во последните дваесетина години. Најпрво салата (1989 година) беше отворена - непокриена, а потоа само покриена и од тогаш, па до денес во неа се нема инвестирано. Истиот ентериер е сите години одкога се одржува фестивалот;

- Меѓу пониските средни оценки е и прашањето за човечките ресурси кои го организираат настанот (3,44). Со модернизацијата и усовршувањата во сите сфери од животот импровизацијата не поминува повеќе. Настаните како помодерен и посовремен дел од туризмот веќе бараат специјализираност во целокупната организација, па и во поглед и на човечките ресурси.

## **2. Настан: „Ракијада“ Валандово**

Табела 9.: Резултати од испитаниците за настанот „Ракијада“  
Table 9.: Results from respondents for the event „Rakijada“

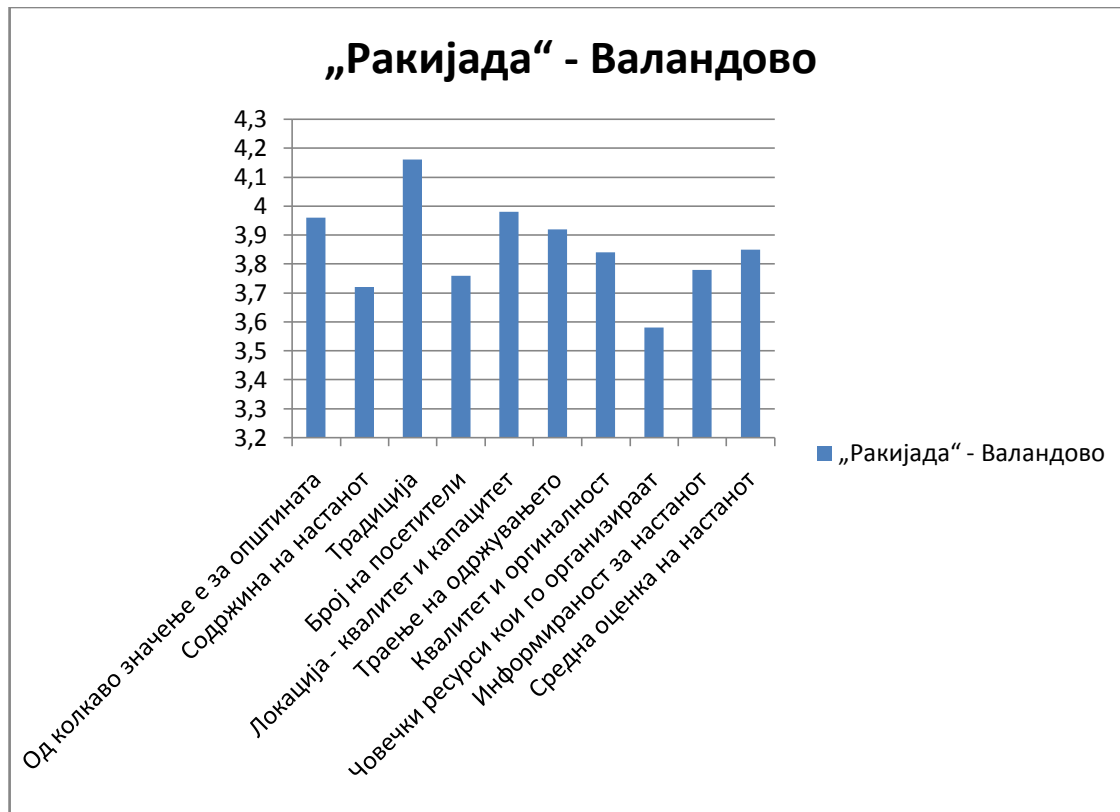
	„Ракијада“ Валандово	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	3,96
2.	Содржина на настанот	3,72
3.	Традиција	4,16
4.	Број на посетители	3,76
5.	Локација – квалитет и капацитет	3,98
6.	Траење на одржувањето	3,92
7.	Квалитет и оригиналност	3,84
8.	Човечки ресурси кои го организираат	3,58
9.	Информираност за настанот	3,78
	Средна оценка по настан	3,85

Настанот „Ракијада“ добил највисока оценка на прашањето Традиција (4,16), а најниска оценка за Човечките ресурси кои го организираат (3,58). Значи, средните оценки по прашањата се движат во областа од 3,58 до 4,16.

Средната оценка за овој настан е 3,85 и тој е четврти по ред по висина на средната оценка која ја добил од испитаниците.

Посликовито овие резултати можат да се видат на Графиконот кој следи:





Слика 34.: Графички приказ на резултатите од анкетата за настанот „Ракијада“

Figure 34.: Graphical representation of the results from the survey on the event „Rakijada“

Што може да се констатира од анкетата:

- Од сите настани кои се одржуваат во општина Валандово „Ракијада“ е најмлад настан и има добиено средна оценка 3,85 и по таа оценка населението го ставило на четврто место меѓу сите настани;

- Највисока оценка има добиено традицијата, а по неа значењето на настанот за општината. Месното население мисли дека овој настан има значење за општината поради тоа што настанот го отсликува обичајот за печење ракија и ја покажува традицијата која постои со векови. И до ден денешен, речиси и да нема фамилија во општината која не прави ракија дома;

- По добиената оценка (3,98) за локацијата каде што се одржува овој настан значи дека се задоволуваат барањата, а тоа е така зошто базенот на градот каде што се одржува настанот „Ракијада“ е локација која по

капацитет и по услови кои ги нуди се одлични за да одговорат на барањето на настанот;

- Човечките ресурси кои го организираат има добиено најниска оценка, населението од општината тоа така го оценило. Овој настан во целост го финансира општината на Валандово, а додека во организацијата на истиот се вклучени граѓани од здруженија, кои уште од основањето на овој настан во 2000-та година биле иницијатори и до денес учествуваат во организирањето;

- Бројот на посетителите е оценет со пониска оценка од другите прашања, значи граѓаните ценат дека овој настан може и заслужува да има повеќе посетители од вообичаено, зошто локацијата, оригиналноста и квалитетот тоа го овозможуваат.

### **3. Настан: Панаѓурот на градот Валандово**

Табела 10.: Резултати од испитаниците за настанот „Панаѓурот на градот“  
Table 10.: Results from respondents for the event „Panagurot na gradot“

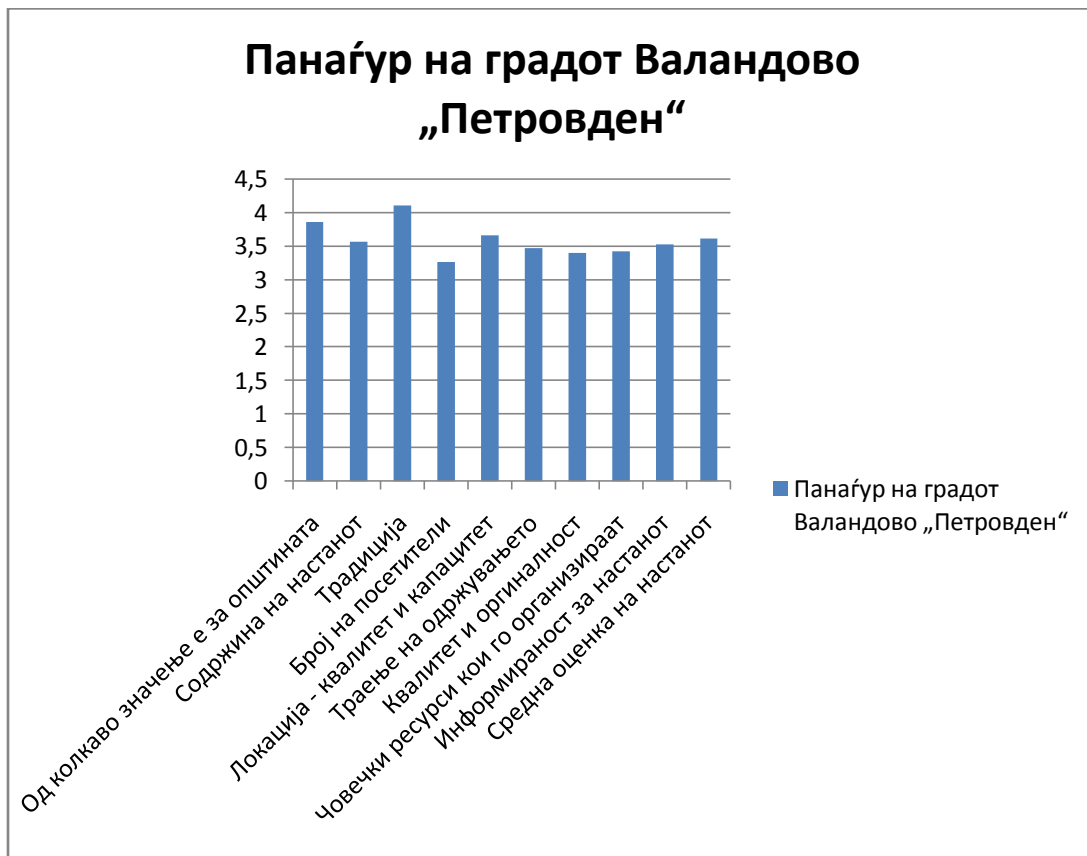
	Панаѓур на градот	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	3,86
2.	Содржина на настанот	3,56
3.	Традиција	4,1
4.	Број на посетители	3,26
5.	Локација – квалитет и капацитет	3,66
6.	Траење на одржувањето	3,74
7.	Квалитет и оригиналност	3,4
8.	Човечки ресурси кои го организираат	3,42
9.	Информираност за настанот	3,52
	Средна оценка на настанот	3,61

Настанот кој се одржува на денот „Петровден“ и кој го одбележува панаѓурот на градот највисока оценка има добиено за традицијата на

одржувањето, а најниска оценка има добиено за бројот на посетителите (3,26).

Средната оценка е 3,61, а тоа е за седмото место по ред, што значи на последно место од сите настани за кои се однесуваше анкетата.

Посликовито овие резултати можат да се видат на Графиконот кој следи:



Слика 35.Графички приказ на резултатите од анкетата за настанот за Панаѓурот на градот.

Figure 35.Graphical representation of the results from the survey on the event – local fair

Што може да се констатира од анкетата:

- По добиените оценки од месното население заклучуваме дека овој настан во денешнината го изгубил сјајот и значењето. Навиката на луѓето за одбележување го задржала потсетувањето на овој ден и тоа и ја одржува

традицијата. Но, за да се врати сјајот и големината треба организирањето да премине на институционално ниво.

- Од Графиконот можеме да видиме дека сите оценки добиени по прашањата се прилично изедначени на пониско ниво од оценките на другите настани;

- Највисоко е оценета традицијата зошто таа навистина постои, зошто овој настан секако дека се одбележува секоја година без исклучок;

- Бројот на посетители е оценет со најниска оценка, зошто населението знае колку посетители имало порано на овој настан, а колку има сега.

- Содржината на настанот може во голема мера да привлече посетители, што и се случувало, но квалитетот и оригиналноста се изгубиле, а со нив и бројот на посетители.

- Прашањето за човечките ресурси кои го организираат овој настан има добиено ниска оценка, исто како и прашањето за квалитетот и оригиналноста. Населението го чувствуваат недостатокот од професионалност на тој план.

#### **4. Настан: Празнување на „Св. Апостол, Павле и Петка“ на месноста „Изворот“**

Табела 11.: Резултати од испитаниците за настанот „Празнување на Св. Апостол, Павле и Петка“

Table 11.: Results from respondents for the event „Celebration of St. Apostol, Pavle I Petka“

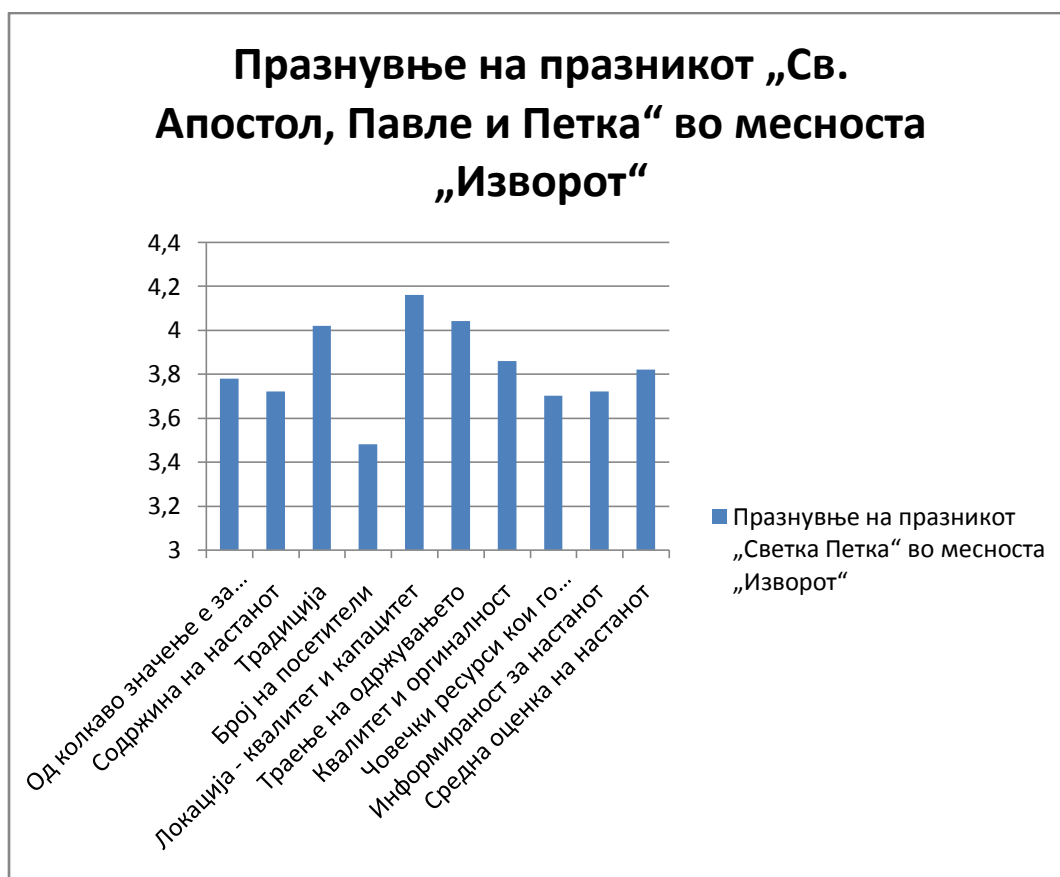
	Празнување на „Св. Апостол, Павле и Петка“ на месноста „Изворот“	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	3,78
2.	Содржина на настанот	3,72
3.	Традиција	4,02
4.	Број на посетители	3,48
5.	Локација – квалитет и капацитет	4,16
6.	Траење на одржувањето	4,04

7.	Квалитет и оригиналност	3,86
8.	Човечки ресурси кои го организираат	3,7
9.	Информираност за настанот	3,72
	Средна оценка на настанот	3,82

Настанот кој се одржува во месноста „Изворот“ оценет е највисоко по прашањето за квалитетот и капацитетот на локацијата на одржувањето (4,16), а најниска оценка има добиено за бројот на посетители (3,48).

Средната оценка на овој настан е 3,82 и е на петто место по ред по висина на средната оценка.

Посликовито овие резултати можат да се видат на Графиконот кој следи:



Слика 36.: Графички приказ на резултатите од анкетата за настанот во месноста „Изворот“

Слика 36. Graphical representation of the results from the survey on the event on locality „Izvorot“

Што може да се констатира од анкетата:

- За локацијата каде што се одржува овој настан народот верува дека е света и дека изворот со вода кој што тука постои е свет. Навистина, амбиентот на месноста „Изворот“ каде што се одржува настанот е прекрасен, уреден, со клупи и маси за седење и затоа е оценет со највисока оценка. Треба да се искориси капацитетот и квалитетот на локацијата;
- Кога станува збор за верски настан традицијата постои откога знаеме за нас и нашата религија и затоа традицијата е со висока оценка. Исто и траењето на одржувањето, кое овде е неколку попладневни часа;
- Месното население знае дека на овој настан има најмал број посетители, затоа и оценката тука е ниска (3,48).
- Човечките ресурси кои го организираат, информираноста за настанот, содржината на настанот и значењето на настанот за општината се прашања кои се оценети со многу слична оценка. Средните оценки за овие прашања се движат од 3,7 до 3,78. Значи дека на настанот не му се дава значење ниту од институциите, ниту од здруженија на граѓани, а го организираат и реализираат одговорните на манастирот „Св. Ѓорге“, кои тоа го прават заради зачувување на традицијата и верувањето во религијата.

##### **5. Настан: Празнување на празникот „Св. Ѓорге“ на манастирот „Св. Ѓорге“**

Табела 12.: Резултати од испитаниците за настанот „Св. Ѓорге“

Table 12.: Results from respondents for the event „St. Gorge“

	Празнување на празникот „Св. Ѓорге“ на манастирот „Св. Ѓорге“	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	4,46
2.	Содржина на настанот	4,32
3.	Традиција	4,68
4.	Број на посетители	4,38
5.	Локација – квалитет и капацитет	4,64
6.	Траење на одржувањето	4,48

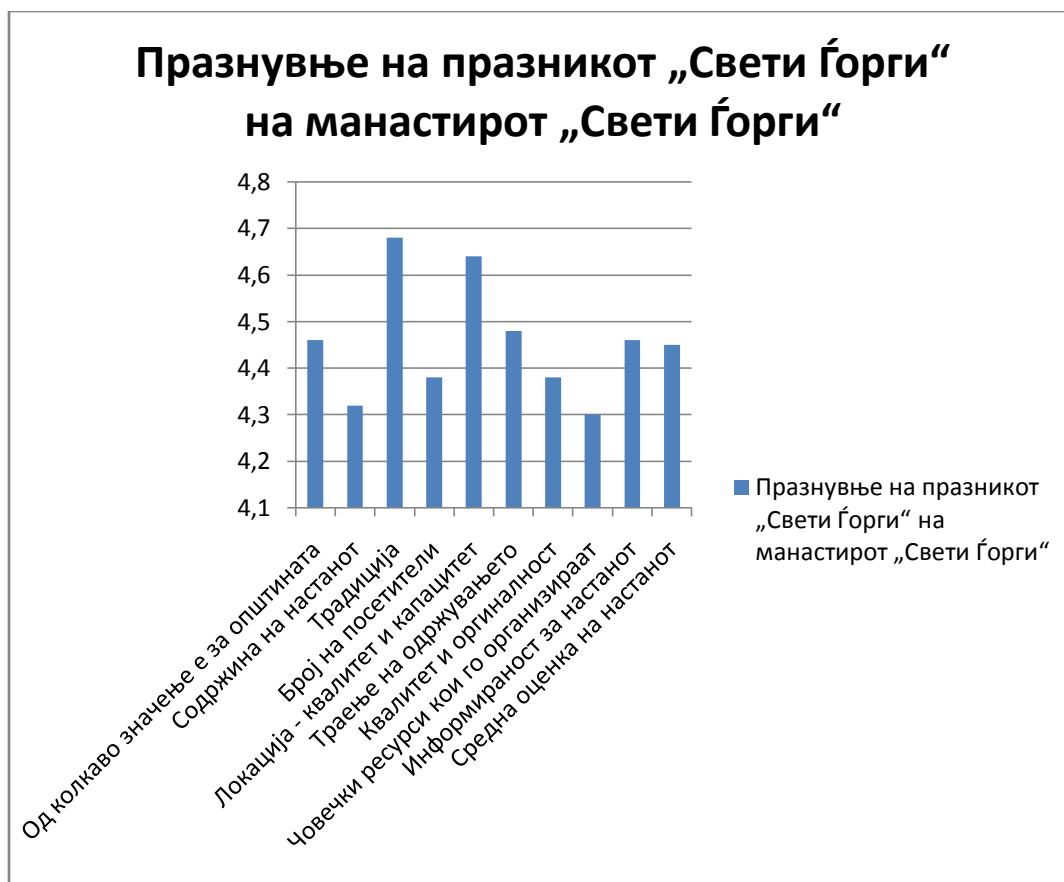
7.	Квалитет и оригиналност	4,38
8.	Човечки ресурси кои го организираат	4,3
9.	Информираност за настанот	4,46
	Средна оценка на настанот	4,45

Празнувањето на празникот „Св. Ѓорѓи“, на истоимениот манастир, е настан кој има добиено највисока средна оценка од сите други настани од локалното население. Од сите прашања со највисока оценка е оценето прашањето за традицијата (4.68) во одржувањето, а таа средна оценка е највисока во целата анкета. Со најниска оценка овој настан е оценет по прашањето за Човечките ресурси кои го организираат истиот (4.3).

Овој настан има највисока средна оценка 4,45 од сите други настани и е на прво место по значење за луѓето од општината.

Прашањето за Бројот на посетители, кој е од локалното население, е оценето со оценка која е пониска од другите оценки кои ги дале за другите прашања.

Посликовито овие резултати можат да се видат на Графиконот кој следи:



Слика 37.: Графички приказ на резултатите од анкетата за настанот „Св. Ѓорѓе“

Figure 37. Graphical representation of the results from the survey on the event for Saint Georgi

Што може да се констатира од анкетата:

- Највисока оценка која произлезе од анкетата по сите прашања за сите настани кои се одржуваат е оценката 4,68 и е за традицијата на одржување на настанот на празникот „Св.Ѓорѓија“ на манастирот „Св.Ѓорѓи“. Тој настан се одржува од кога постои манастирот и навистина е со најдолга традиција;

- Локацијата на одржување е ценета зошто во дворот на манастирот и во околината има направено клупи за седење со маси кои се подготвени за пречекување на гости и во поголем број. Сето тоа е сместено во ладовините на сенките од јаворови дрвја;



- Човечките ресурси кои го организираат и содржината на настанот се прашањата кои добиле најниска оценка. Тоа е така зошто содржината на настанот е истата која се повторува отсекогаш, а луѓето кои го одржуваат манастирот го организираат и настанот. Значи, тоа се прави непрофесионално, инстинктивно повторувајќи се без никакви новитети во ниту еден правец;

- Бројот на посетители не одговара, т.е. е помал од капацитетот на локацијата. Тоа го знае месното население и затоа ова прашање добило ниска оценка. Исто така, месното население знае колкав бил овој број, а колкав е сега.

## **6. Настан: Турнир во мал фудбал**

Табела 13.: Резултати од испитаниците за настанот „Турнир во мал фудбал“

Table 13.: Results from respondents for the event „Competition in small football“

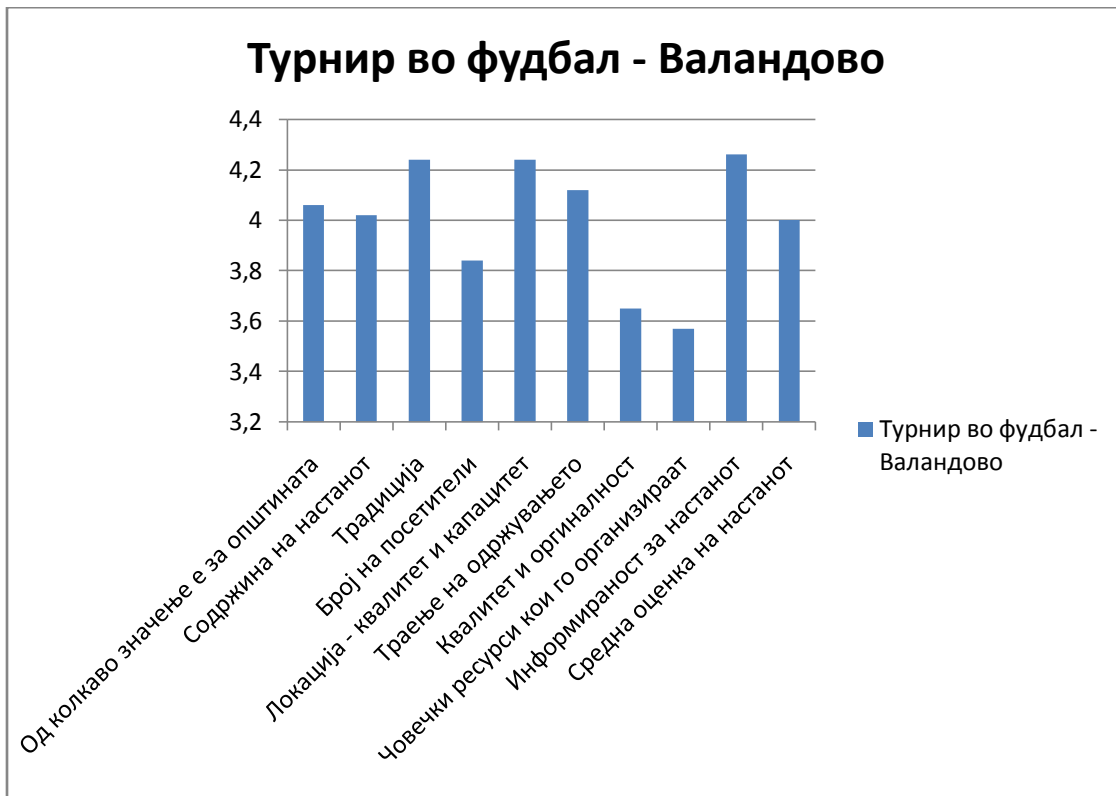
	Турнир во мал фудбал	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	4,06
2.	Содржина на настанот	4,02
3.	Традиција	4,24
4.	Број на посетители	3,84
5.	Локација – квалитет и капацитет	4,24
6.	Траење на одржувањето	4,12
7.	Квалитет и оригиналност	3,65
8.	Човечки ресурси кои го организираат	3,57
9.	Информираност за настанот	4,26
	Средна оценка на настанот	4,00

Турнирот во мал фудбал е настан кој локалното население го оценило со многу високи оценки. Овој настан за информираноста на настанот, локацијата на одржувањето и традицијата добиле повисока

оценка. Човечките ресурси кои го организираат се оценети со пониска оценка, а исто така и бројот на посетителите.

Средната оценка е 4,00, а тоа е трет по ред настан по висина на оценките.

Посликовито овие резултати можат да се видат на Графиконот кој следи:



Слика 38.: Графички приказ на резултатите од анкетата за настанот „Турнир во мал фудбал“

Figure 38.: Graphical representation of the results from the survey on the event „Soccer Tournament“

Што може да се констатира од анкетата:

- Дека настанот може и има капацитет за поголем број учесници на настанот и посетители. Тоа го знаат испитаниците, само организаторите не прават доволно напори или не можат да направат за да се подобри оваа слаба страна на настанот. Настанот се организира без никаква стручна и финансиска помош од ниту една институција;

- За овој настан средната оценка што ја добил од испитаниците го рангира на третото место. Тоа значи дека мислењето на месното население за овој настан по сите содржини е на добро ниво;

- Содржината на настанот е иста, непроменета, без никаков иновативен елемент сиве овие години, затоа можеби и ова прашање е некаде во средината по добиените оценки и не оставило впечаток за да биде оценето со повисока оценка.

- Во пониските оценки по овој настан е квалитетот и оригиналноста на истиот и рангот е веднаш над тој за човечките ресурси кои го организираат настанот, како најниско оценети. Квалитетот и оригиналноста опаднале со текот на времето, а човечките ресурси не направиле напори за тоа да го подобрат.

#### **7. Настан: „Хид – Бах Шен Фест“ Чалакли**

Табела 14.: Резултати од испитаниците за настанот „Хид – Бах Шен Фест“  
Table 14. Results from respondents for the event „Hid - Bah Shen Fest“

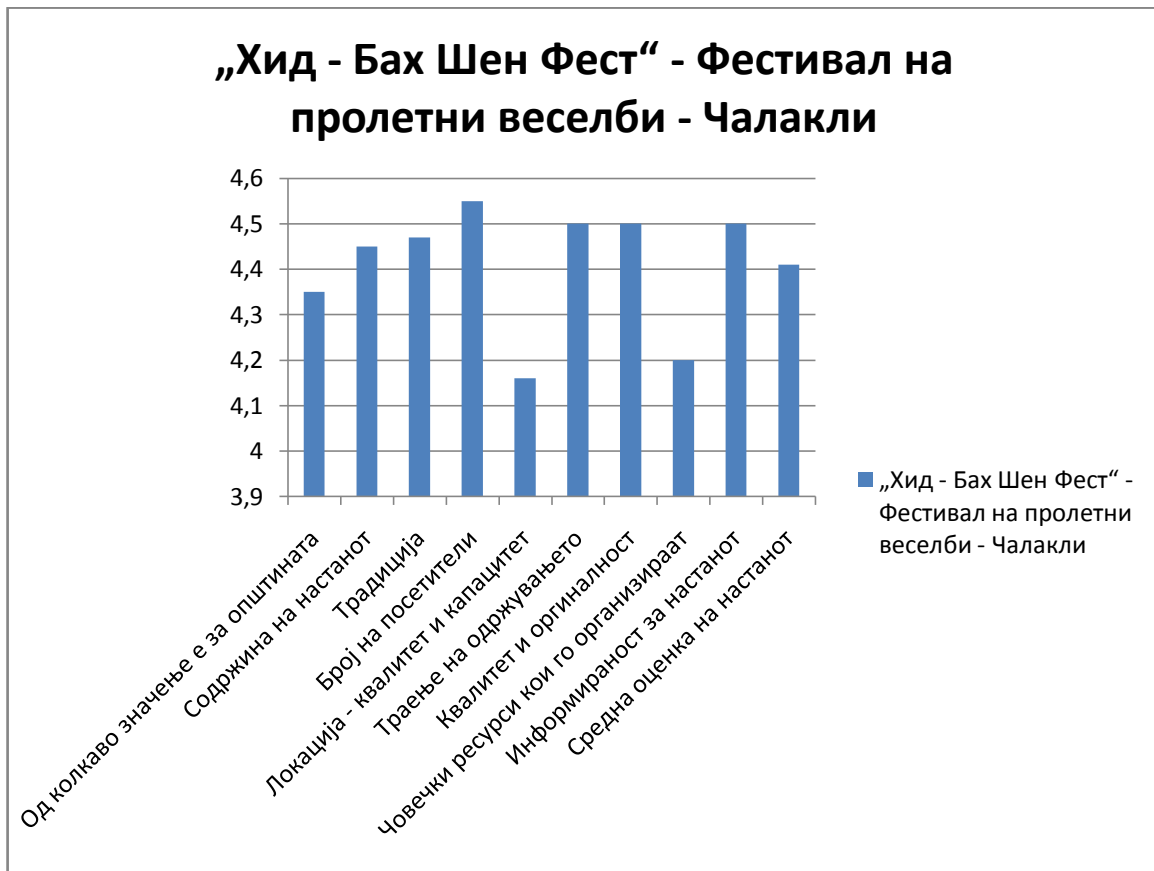
	„Хид – Бах Шен Фест“	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	4,35
2.	Содржина на настанот	4,45
3.	Традиција	4,47
4.	Број на посетители	4,55
5.	Локација – квалитет и капацитет	4,16
6.	Траење на одржувањето	4,5
7.	Квалитет и оригиналност	4,5
8.	Човечки ресурси кои го организираат	4,2
9.	Информираност за настанот	4,5
	Средна оценка на настанот	4,41

„Хид – Бах Шен Фест“, настанот кој се одржува во Чалакли, е настан кој според локалното население е на второ место по добиената средна оценка по сите прашања. Овој настан највисока оценка има добиено за

бројот на посетителите кои го посетуваат, а најниска оценка добил за локацијата на која се одржува.

Средната оценка е 4,41 и можеме да кажеме дека е речиси изедначена со највисоката средна оценка 4,45, од сите средни оценки ,за настанот на манастирот „Св. Ѓорѓе“.

Посликовито овие резултати можат да се видат на Графиконот кој следи:



Слика 39.: Графички приказ на резултатите од анкетата за настанот „Хид – Бах Шен Фест“

Figure 39.: Graphical representation of the results from the survey on the event „Hid – Bah Shen Fest“

Што може да се констатира од анкетата:

- Само за 0,04 поени настанот „Хид – Бах Шен Фест“ кој се одржува во селото Чалакли заостанува по настанот кој се одржува на манастирот. Можеме без двоумење да кажеме дека, според анкетата, тие два настани

се на врвот. Фестивалот во Чалакли е настан кој според бројот на посетители има највисока оценка, што и навистина е така, зошто временското траење на настанот е четиридневен и за сите денови вкупно доаѓаат и до 5000 луѓе. За овој настан не е важна само бројноста, туку и тоа што посетителите овде се од поблиски и подалечни држави од Европа;

- Локацијата е оценета со пониска оценка, затоа што локацијата на одржувањето е во селото Чалакли кое е околу 8 км одалечено од градот Вландово. Но, иако мислењето на локалното население за локацијата е ниско, таа, во деновите кога се одржува настанот многу добро се прилагодува за потребите на настанот;

- Големiot број посетители укажува на тоа дека информирањето за овој настан е на подобро ниво отколку останатите настани кои се случуваат во општината. Дека тоа е така согледаваме и од интервјуте со еден од организаторите на овој настан. Маркетингот се спроведува на повисоко ниво, а организаторите мислат дека најголем одзив за настанот прават поканите кои се праќаат и по пошта и по маил, а и посебната web страна која функционира само за овој фестивал;

- Квалитетот и оригиналноста и траењето на одржувањето добиле иста средна оценка. Фестивалот има комплетни и квалитетни содржини во сите денови на одржувањето на настанот.

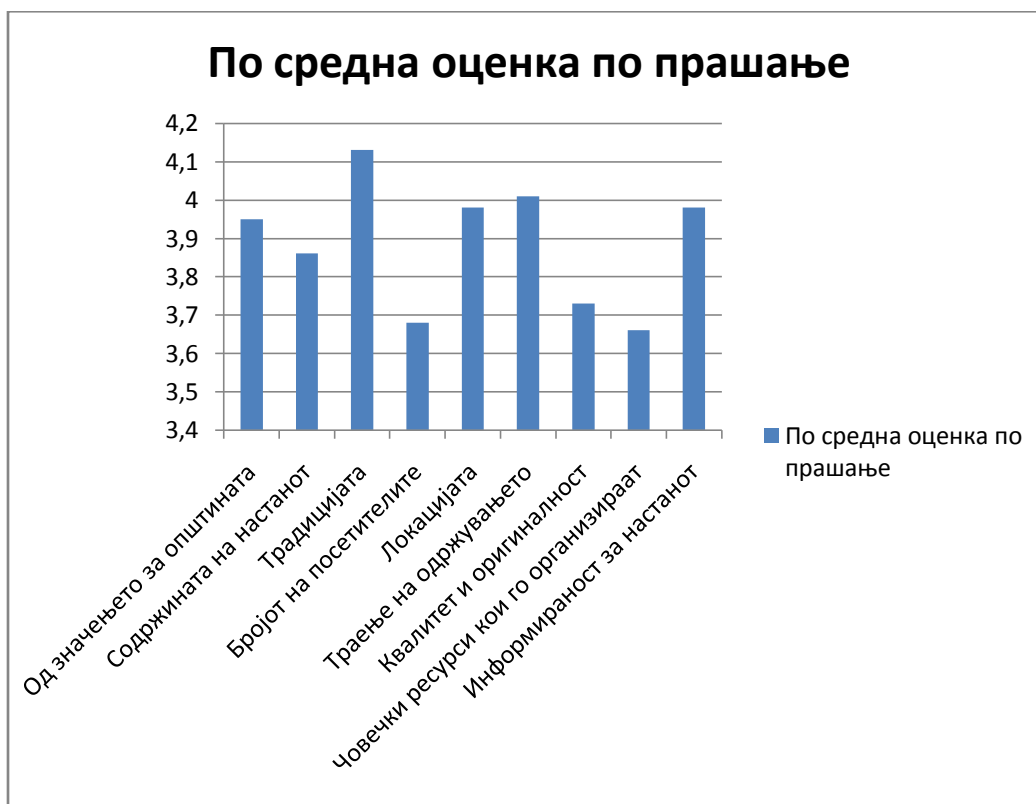
#### **8. Средна оценка по прашање за сите настани заедно**

Табела 15.: Резултати од анкетата по добиената средна оценка за секој настан

Table 15.: Results from poll for average assessments for each event

	Средна оценка по прашање за сите настани:	Средна оценка
1.	Од колкаво значење е за општината	4,10
2.	Содржина на настанот	3,95
3.	Традиција	4,29

4.	Број на посетители	3,8
5.	Локација – квалитет и капацитет	4,04
6.	Траење на одржувањето	4,11
7.	Квалитет и оригиналност	3,83
8.	Човечки ресурси кои го организираат	3,74
9.	Информираност за настанот	4,06



Слика 40.: Графички приказ на средните оценки за настаните  
Figure 40.: Graphical representation of the median grades for the events

Прашањето за кое локалното население дало најниска средна оценка по основа на сите настани е прашањето за човечките ресурси кои ги организираат настаните (3,74), а највисока средна оценка за сите настани добила традицијата ( 4,1).

Што можеме да констатираме од анкетата која е спроведена на локално ниво?

- Можеме да согледаме дека традицијата за одржувањето на настаните постои, дека населението на овие простори го цени тоа и ја согледува важноста за истата;

- Времетраењето на настаните е оценето со средна оценка од 4,11 што значи дека секој настан трае толку колку што одговара за истиот;

- Локациите за одржување на сите настани и по капацитет и по квалитет одговараат на потребите ( 4,04);

- Настаните се значајни за општината и тоа го потврдиле испитаниците со средната оценка по тоа прашање за сите настани (4,1):

- Меѓутоа, постојат клучни прашања кои се оценети со многу ниска оценка меѓу кои е и прашањето за човечките ресурси кои го организираат (3,74), а веднаш до него е и прашањето за бројот на посетителите (3,8). Доколку човечките ресурси се поадекватни и поодговорни би придонеле кон подобрување и на содржината на настаните и на привлекување на повеќе посетители;

- Квалитетот и оригиналноста се оценети со 3,83, а тоа значи дека многу од настаните го изгубиле сјајот и квалитетот кои ги имале.

#### **4.2. Табеларно и графичко прикажување на резултатите од анкетата за настаните во општина Валандово која се спроведе кај жители од другите градови во нашата држава**

Втората анкета беше наменета за граѓаните од другите градови. Целта е да се види колку се тие запознаени со настаните кои постојат во општината на Валандово, дали имаат посетено некој настан и причината зошто немаат посетено.

**1. Прво прашање: За кои од следните настани кои се случуваат во Валандово сте слушнале:**

Табела 16.: Настани за кои слушнале испитаниците

Table 16.: Events that respondents have heard

	Настани	Добиени одговори покажани во процент
1.	Фолк Фест Валандово	48,68%
2.	Ракијада	18,42%
3.	Петровден – Панаѓур на градот	2,63%
4.	Празнување на Свети апостоли Петар и Павле (Петровден)	/
5.	Празнување на Св. Ѓорѓи	11,84%
6.	Турнир во кошарка	14,47%
7.	Турнир во фудбал	27,63%
8.	Хид – Бах Шен Фест	13,15%
9.	Не сум слушнал/а за ниту еден	22,36%





Слика 41.Графички приказ на резултатите за тоа колку настаните им се познати на испитаниците

Figure 41. Graphical representation of the results from the survey on how familiar with the events are the ones surveyed

„Фолк Фест“ фестивалот е настан за кој најмногу слушнале луѓето од другите градови. Не слушнале воопшто за празнувањето на „Св. Апостол, Павле и Петка“ на месноста „Изворот“. Но, многу голем е и процентот на тие што воопшто не слушнале дека во општина Валандово нешто се случува – 22,36%, т.е. дека постои каков било настан.

## 2. Прашање: Од каде сте слушнале за овие настани:

Табела 17. Од каде испитаниците слушнале за настаните

Table 17. From where did the respondents hear for the events

	Медиуми	Добиени одговори покажани во процент
1.	ТВ	39,47%
2.	Радио	6,57%
3.	Социјални медиуми (Facebook, Twiter, web)	19,73%

4.	Пријатели	15,78%
5.	Роднини	13,15%
6.	Друго (во оваа опција сите што одговориле кажале – од никаде)	3,94



Слика 42. Графички приказ на изворите на информации за настаните  
Figure 42. Graphical representation of where the information for the events come from

Телевизијата е најголем медиум преку кој стигнуваат информациите до луѓето, што го потврдува и нашата анкета. Овде со портокалов дел од питата е одбележан процентот од луѓе кои воопшто од никаде не слушнале дека во општина Валандово има настани.

### 3. Прашање: Кои од овие настани сте ги посетиле:

Табела 18.: Кои од настаните се посетени од испитаниците  
Table 18.: Which of this events the respondents have visited

	Настани:	Добиени одговори прикажани во процент
--	----------	--

1.	Фолк Фест Валандово	22,36%
2.	Ракијада	13,15%
3.	Петровден – Панаѓур на градот	21,05%
4.	Празнување на Свети постоли Петар и Павле (Петровден)	/
5.	Празнување на Св. Ѓорги	18,42%
6.	Турнир во кошарка	11,84%
7.	Турнир во фудбал	27,63%
8.	Хид – Бах Шен Фест	6,5%
9.	Друго: ниту еден не посетиле	30,26%



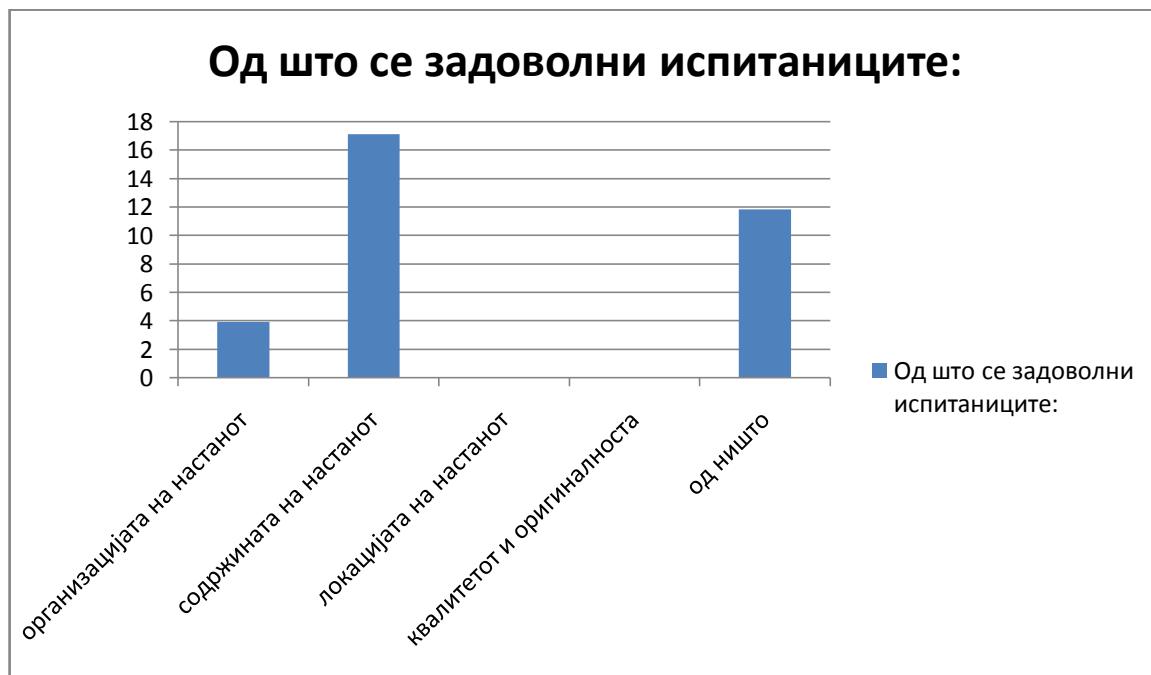
Слика43. Графички приказ на посетеноста на настаните  
Figure 43. Graphical representation of the attendance on the events

Најпосетен настан според оваа анкета е турнирот во фудбал. Најнепосетен според овие испитаници е настанот на месноста Изворот. Најголем е процентот (30,26%) на тие што воопшто не посетиле ниту еден настан , во питата тоа е одбележано со бледо зелена боја.

**4. Прашање: Доколку сте посетиле некој од настаните, одбележете од што сте задоволни:**

Табела 19.: Од што се задоволни испитаниците  
Table 19.: From what the respondents are satisfied

	Понудени можности за одговор во анкетата:	Добиени одговори покажани во процент
1.	Од организацијата на настанот	3,94%
2.	Од содржината на настанот	17,10%
3.	Од локацијата на настанот	/
4.	Од квалитетот и оригиналноста на настанот	/
5.	Од ништо	11,84%
6.	Друго	/



Слика 44. Графички приказ на прашањата за тоа од што се задоволни испитаниците

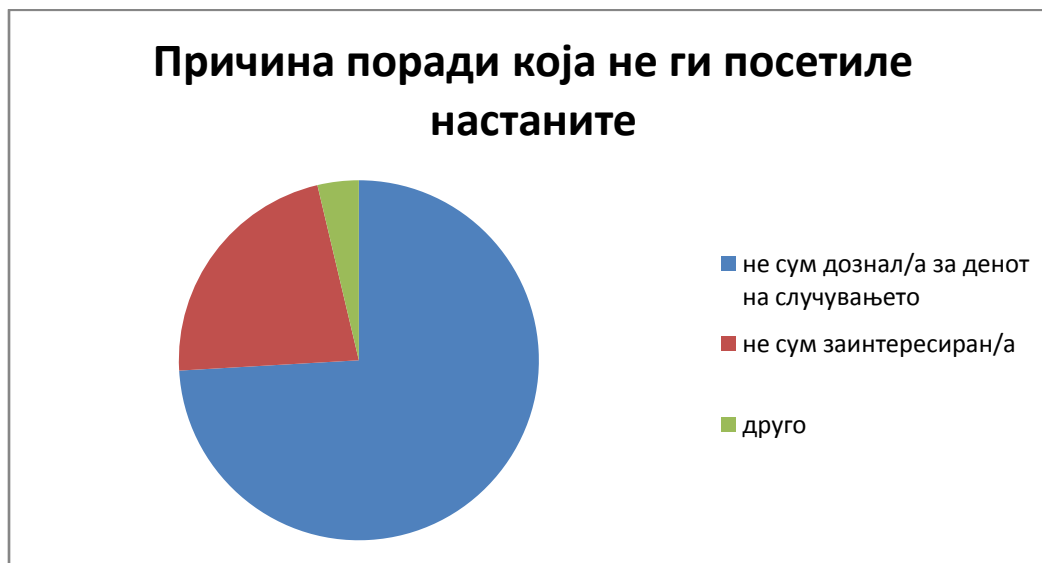
Figure 44. Graphical representation of the answers on the questions what are the ones surveyed satisfied with

Тие испитаници кои одговориле на ова прашање задоволни се од содржината на настанот. Тие кои не се задоволни од ништо од понудените одговори за настаните се 11,84%. Од организацијата се задоволни само 3,94%, додека понудените одговори: локацијата и квалитетот, воопшто не се заокружени како одговор од никој.

**5. Прашање: Доколку не сте посетиле ниту еден од овие настани до сега што е причината:**

Табела 20. Причини зошто испитаниците не ги посетиле настаните  
Table 20. Reasons why the respondents have not visited the events

	Понудени можности за одговор во анкетата:	Добиени одговори покажани во процент
1.	Не сум дознал/а за денот на случувањето	52,63%
2.	Не сум бил заинтересиран/а	15,78%
3.	Друго	2,63%



Слика 45. Графички приказ на причините зошто испитаниците не ги посетиле настаните

Figure 45. Graphical representation of the reasons why the ones surveyed did not attend the events

Испитаниците мислат дека причина за тоа што не ги посетиле настаните во помал процент е незаинтересираноста (15,78%), а во многу поголем процент (52,63%) е тоа што не го дознале тогаш кога треба, точниот ден на случувањето.

Констатации од оваа спроведена анкета:

- Од испитаниците 30,26% кажале дека не посетиле ниту еден од настаните во Валандово, а причината за тоа била во 52,63% дека не дознале за денот на случувањето;

- Од испитаниците 22,36% не слушнале дека во општина Валандово се случуваат настани, додека другите 77,64% слушнале дека се случуваат настани во општина Валандово;

- На прашањето од каде слушнале за настаните 39,47% одговориле дека слушнале од ТВ, а 19,73% слушнале од социјалните мрежи. Тоа значи дека луѓето само слушнале дека се случува нешто во општината Валандово, а слушнувањето не значи и дека ќе се посети настанот. Социјалните мрежи прават денес младите луѓе (а на анкетата одговориле 51% луѓе на возраст од 20-29 години) да се информирани и дека информациите брзо стигнуваат до нив. Но, процесот застанал до тука;

- Дознавме дека за некој да посети некој настан не треба да знае само дека тој настан постои, туку треба да дознае: кога се случува истиот, зошто се случува и зошто треба да се посети. Напорите и маркетингот што треба да се направат за да се привлечат луѓето да дојдат и да ги посетат тие настани изостануваат. А посетеноста на настаните е важен елемент поради кој и за кој истите постојат и се прават. Посетеноста на настаните ја дава суштината за која туризмот на настаните постои;

- На прашањето кои од настаните се посетени, најголем е процентот на тие што не посетиле ниту еден настан (30,26%), Турнирот во фудбал е посетен 27,63%, а Фестивалот „Фолк Фест“ е посетен 22,36% и другите проценти се движат надолу. На оваа анкета 51% од испитаниците се луѓе

на возраст од 20 – 30 години и затоа може да резултира со таков одговор за Турнирот во фудбал, зошто на овој турнир што се одржува на самиот почеток од летото учествуваат екипи од градови од поширокиот регион на државата;

- На прашањето за информираноста за настаните во општината на Валандово, локалното население одговорило со висока средна оценка (3,98), а добар дел од населението од другите градови (22,36% од испитаниците) се изјасниле дека не слушнале за ниту еден настан. Ова не наведува да заклучиме дека информираноста за настаните останува на локално ниво и не се придава значење за информациите за настаните тие да стигнат до луѓето од целата држава, а зошто не и широко, т.е. надвор од границите на државата.

#### **4.3. Анализа од целокупното истражување (анкети и интервјуа)**

Анализата на првата анкета е двонасочна, во хоризонтален и вертикален правец. Првата насока – хоризонталната анализа се спроведува од аспект на сите настани посебно по сите прашања, а втората насока – вертикалната, е за да се види и местото на секој настан за секое прашање кое е тема на испитувањето.

Средните оценки по настан се движат од 3,61 до 4,45. Оценките во целата анкета се движат од 3,26 до 4,68.

Прашањето за кое локалното население дало најниска средна оценка по основа на сите настани е „Човечките ресурси кои ги организираат“ (3,74) настаните, а највисока средна оценка за сите настани добила „Традицијата“ (4,29). Кога станува збор за традицијата на одржувањето на настаните, со полно право тоа прашање има добиено највисока оценка, зошто 6 од 7-те настани за кои се направи анкетата и кои постојат во општината се со традиција подолга од 22 години на одржување.

Од спроведените интервјуа се дозна дека општината учествува со учество на финансиски средства само на некои од настаните: „Ракијада“, Фестивалот „Фолк Фест“, понекогаш и на „Хид – Бах Шен Фест“. Останатите настани и нивната финансиска структура зависат од способноста на организаторите да се снајдат и од сопственото учество кое го даваат. До сега за сите настани, освен фестивалот „Хид –Бах Шен Фест“ во Чалакли, не се придавало значење на воспоставување маркетинг стратегии. За „Хид – Бах шен Фест“ поканувањето е со отворени покани и настанот е со голема застапеност на мас-медиумите. По завршувањето на фестивалот известувањето за истиот може да се најде најмалку на 20 различни страни на Интернет, меѓу кои се страни на списанија и телевизии, како од Македонија така и од Турција. Фестивалот има своја официјална страна на Интернет која функционира за намената за која е направена.

Фестивалот „Фолк Фест“ има најдолга традиција од културните настани. Финансирањето се спроведува од спонзорства и од општината, но веќе и не постојат фирми кои спонзоризираат во голема мера како што тоа се правело пред повеќе години. Во еден период како да остана само традицијата во одржувањето. Но, за да не се прекине и традицијата треба да се стават во употреба многу маркетинг алатки и настанот да се организира од страна на тим кој ќе биде специјализиран за тоа. Фестивалот има своја страна на Интернет, но истата ја нема функцијата за која е наменета, зошто од неа не може да се дознае многу за фестивалот, а посебно нема маркетинг улога. Фестивалот „Фолк – Фест“ се организира во рамките на Домот на култура во Валандово. Од оваа година за прв пат се формира посебна институција за фестивалот, која ќе треба да функционира како специјализирана институција за организирање на овој настан. Од оваа година за прв пат финансиска помош за овој фестивал има од Министерството за култура и тоа во наградите кои ќе бидат парични и кои ќе се доделуваат на победничките песни.

Посебни тимови или специјализиран Евент оддел во општината не постои.



Настанот „Хид –Бах Шен Фест“ е организиран од посебен тим од луѓе кои тоа го прават од почетокот од кога постои настанот.

Денес, усовршувањето е присутно во сите сфери од животот, импровизациите не можат да поминат, што покажуваат и спроведените анкети, па така и на настаните, за да добијат сјај и да не се изгубат, треба да им се пристапува поодговорно и со луѓе кои се специјализирани за таа работа.

Планирање на подолг рок, односно стратегија за настаните и за нивниот развој не постои кај ниту еден од настаните, освен долгорочни цели кои ги имаат зацртано организаторите на фестивлот „Хид – Бах Шен Фест“ што го потврдија и организаторите на овие настани кои беа интервјуирани.

**Што можеме да констатираме од двете спроведени анкети и интервјуата?**

Човечки ресурси кои ги организираат:

Можеме да заклучиме дека традиција во одржувањето имаат сите од настаните, локациите по квалитет и капацитет, каде што се одржуваат исто така одговараат за тие настани, траењето во одржувањето одговара за секој настан и истите се од големо значење за општината. На што треба да се обрне внимание со оваа анализа? Треба да се земе предвид дека прашањето за човечките ресурси кои ги организираат настаните има добиено најниска средна оценка од сите прашања во анкетата и дека во ниту една институција нема посебно специјализирани луѓе кои ќе се занимаваат само со организирањето на настаните. Ниту, пак, се ангажираат специјализирани за тоа агенции, здруженија, менаџери и слично.

Финансиски средства:

До сега не се искористени финансиски средства од различни фондови, европски или други извори, за организирање на кој било од настаните кои се организираат во општината. Изворите на финансии се

само од спонзорства кои ги има во сè помал број, донации и од скромно издвојување од буџетот на општината.

#### Содржина:

Настаните во општината понудуваат содржина, квалитет и оригиналност, што значи дека производ за понуда има, но истата треба да се доближи до помодерни тенденции. Во хиерархиската поставеност на оценките по овие прашања во анкетата тие се на 5-то и 6-то место од деветте. Значи, не треба да заклучиме дека овде не треба да се поработи на квалитетот и усовршувањето на истото. Содржината на настанот, квалитетот и оригиналноста во најголем дел ја определуваат и посетеноста на настанот. Ако на посетителот не му се понуди квалитетна и оригинална содржина тогаш тој нема да се врати повторно на дестинацијата. Со промоцијата посетителот можеш да го донесеш првиот пат, а за да се повтори посетата треба да се понуди содржина.

#### Промоција:

Информираноста за настаните во Валандово и регионот останува само на ниво на општината. Анкетата што е спроведена за жителите од другите градови покажува дека 30,26% од испитаниците не знаат дека во Валандово се случуваат настани. Промоцијата е запоставена во целост. Од анкетираниите, тие што слушнале за настаните слушнале од ТВ (39,47%) и од социјалните мрежи (19,73%). Со добра промоција би можеле да се привлечат голем број посетители и да се запознаат жителите барем од нашата држава дека во Валандово и општината се случуваат настани.

Со обработката на анкетите, направените интервјуа и од емпириските податоци се потврди првата посебна хипотеза, дека Валандово и општината имаат услови градот да биде позициониран на туристичкиот пазар на овој вид туризам, т.е. на туризмот на настани од аспект на:

- Мултиетничката заедница во општината, односно постоењето на различните етнички заедници;

- Местоположбата на општината;
- Климатските услови кои постојат;
- Традицијата во одржувањето на постоечките настани;
- Месното население кое е навиканто на постоењето и на соживот со и во настаните.

Втората посебна хипотеза, дека има потреба од креирање на стратегија за развој на овој вид туризам, се потврдува бидејќи на општинско ниво поставена стратегија за развој на настаните и за развој на туризмот не постои, но повеќе од неопходно е тоа да се направи. Доколку би постоела стратегија човечкиот ресурс кој го организира секој настан посебно би можел да дојде до израз, т.е. да се подигне нивото на организирањето зошто прашањето за човечките ресурси кои ги организираат настаните е оценето со најниска оценка во анкетата. Кога би постоела стратегија во развојот на настаните во општината тогаш би постоел и задоволителен маркетинг за нив.

Третата посебна хипотеза се потврдува со тоа што факт е дека настанот го одржува културното и историското наследство, па со самата традиција во одржувањето на настаните во општина Валандово се прават напори во таа насока. Истото би се продлабочило доколку се прави тоа плански, односно стратегиски.

Со потврдувањето на трите посебни хипотези се потврди и главната хипотеза.

## **5. Потенцијал и стратегија на развојот на Евент туризмот во регионот на Валандово**

### **5.1. Анализа на состојбите**

Од спроведените анкети, направените интервјуа, истражувања во регионот и од поставувањето на туристичкиот инвентар на општината произлезе следната SWOT анализа во која се опишува моменталната состојба на туризмот во Валандово. Оваа анализа треба да придонесе за, согледувајќи ја сегашната состојба и користејќи и комбинирајќи ги јаките страни да може да се создаде визија за развој на постоечките настани.

Табела 21. SWOT анализа за моменталната состојба на туризмот во Валандово

Table 21. SWOT analyse for actually situation for tourism in Valandovo

Јаки страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Археолошки локалитети и наоди</li> <li>• Локалитет Базен</li> <li>• Митови и легенди</li> <li>• Природа и шумско богатство со посебен вид на Фоја кој е заштитен со закон</li> <li>• Патеки за пешачење во планински предели</li> <li>• Природни извори и чешми</li> <li>• Здрава органска храна</li> <li>• Безбедна околина</li> <li>• Фестивали и концерти</li> <li>• Манастир</li> <li>• Селски населби во планински простор со обезбедени патишта</li> <li>• Погодна медитеранска клима со 270 - 300 сончеви денови во годината</li> <li>• Сè уште постојат некои од старите занаети и фамилиите си ги негуваат</li> <li>• Покрај општината минува патот Е-75 Скопје-Гевгелија</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Чистота и еколошка свест</li> <li>• Јавни тоалети</li> <li>• Сообраќајна култура</li> <li>• Продавници за сувенири (нема), ниту производство на сувенири</li> <li>• Туристичко биро (нема) и отсуствуваат организирани туристички тури и организиран превоз до туристичките локалитети</li> <li>• Интернет пристап до информации за туризам (нема)</li> <li>• Стручна подготовка за туризам</li> <li>• Жичарница, ски-лифтови</li> <li>• Недоволен број хотелски и угостителски капацитети</li> <li>• Неискористеност на археолошките локалитети како туристичка атракција</li> <li>• Недостаток на современи културни објекти</li> <li>• Немање доволен простор за паркинг</li> <li>• Неразвиена туристичка инфраструктура</li> <li>• Недоволен број печатен промотивен материјал</li> <li>• Недоволна туристичка промоција на општината во</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Близина на гранични премини со Грција (Дојран 26км и Богородица 30км) и Бугарија (Ново Село 48км)</li> </ul>	<p>соседните региони</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Незаинтересираност за развој и инвестирање во алтернативниот туризам</li> <li>Недоволна валоризација на карактеристичните земјоделски производи</li> <li>Недоволна компетентност на работната сила во угостителството и туризмот</li> </ul>
Можности	Закани
<ul style="list-style-type: none"> <li>Одржување на традиционалната кујна</li> <li>Отворање на селски гостилници</li> <li>Планинарење и планински велосипедизам</li> <li>Отворање на туристички агенции</li> <li>Етно парк</li> <li>Развој на селски туризам</li> <li>Развој на аграрен туризам, а со тоа и зголемена побарувачка на земјоделските производи</li> <li>Веб страна за добивање информации за туризам</li> <li>Развој на културен туризам</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Недостиг на механизми за одржување на инфраструктурата</li> <li>Изумирање на старите занаети</li> <li>Незаинтересираност на локалното население за развиена туристичка дестинација</li> <li>Незаинтересираност на Локалната самоуправа за инвестиции во туризмот</li> <li>Намален наталитет и иселување од економски причини</li> <li>Климатски промени</li> <li>Геополитички промени</li> <li>Негативни влијанија од глобална криза</li> </ul>

- Развој на вински туризам
- Развој на секаков вид алтернативен туризам со пристап кон природата и културата
- Изработка на традиционални предмети, автентични предмети за овој крај
- Обележување и мапирање на целата туристичка инфраструктура во регионот
- Ниска еколошка свест
- Недостаток на визија

Користејќи ја оваа SWOT анализа произлезе и Анализата на состојбите за постоечките настани во општината:

- Јаките страни или слабости

1. За настаните кои постојат:

- Видот: во општината постојат различни видови настани: културни, спортски, религиозни;
- Квалитетот и оригиналноста на настаните во анкетата се оценети со средна оценка 3,83 и припаѓа во оценките кои се во долната половина на средни оценки, што значи дека треба да се поработи на квалитетот и оригиналноста на настаните зошто со нив не можеме да се пофалиме;
- Бројот на настаните е многу голем и разноликоста е голема, ако ја земеме предвид развиеноста и населеноста на општината. Времето на сите настани кои се одржуваат е распоредено без некој од настаните да се одржува во зима;
- Актуелната финансиска ситуација е лимитирачки фактор за поголема актуелизација на настаните;
- Имиџот на настаните е стекнат со долгогодишната традиција која ја задржале низ времето и истото се потврдува со тоа дека традицијата во анкетата е оценета со највисока средна оценка 4,29. Меѓутоа, низ сите тие години не се направило ништо за постоечките настани да ги задоволат барањата за развој на туристичкиот пазар на Валандово како дестинација;
- Економското, социјалното и општественото влијание на настаните врз домашното население е со мал ефект зошто за ретко кој од постоечките настани досега се гледало од аспект на искористување на вакви придобивки за населението. Претежно се организира само од аспект на задржување на традицијата;
- Во општината не може да се каже дека постои туристички пазар, а и на настаните кои се организираат барем досега не се гледало од аспект на настани кои би можеле да привлечат повеќе гости, т.е. туристи.

2. Локацијата:

- Локациите по квалитет и капацитет за настаните кои се одржуваат е со средна оценка од 4,04, односно тоа прашање е трето по ред во



повисоките средни оценки од анкетата спроведена кај локалното население;

- Локалните снабдувачи и нивните капацитети не би биле на незадоволително ниво;
- Туристичкиот сервис е на многу ниско ниво во општината што може да се види и од SWOT анализата за регионот.

### 3. Човечки ресурси:

- Во општината постои искуство во однос на организирање на настаните зошто некои од тие настани се со релативно долга традиција, меѓутоа прашањето за човечките ресурси кои ги организираат настаните е оценето со многу ниска оценка – најниска 3,74 од локалното население;
- Во организацискиот и реализацискиот дел има можност за ангажирање на волонтери, но тоа не се спроведува;
- Достапноста на информациите за настаните во поширокиот регион, па и државата е на многу ниско ниво, што покажува и резултатот од анкетата (52,63% од испитаниците не дознале за времето на одржувањето на настанот) што, исто така, покажува дека обуки од тој вид кај луѓето кои ги организираат сигурно и не постојат.

### 4. Ниво на развој на сектор кој е задолжен за организирање на настан:

- Не постои посебен професионален сектор за организирање на настаните, ниту во општината ниту во институциите кои ги спроведуваат.

### 5. Положбата на дестинацијата во однос на главен или поголем емитивен пазар:

- Валандово се наоѓа во југоисточниот регион на државата и е во близина на две соседни држави, што значи дека е релативно блиску до емитивниот пазар;
- Јавен превоз не постои во општината, постојат приватни превозни компании кои можат да одговорат на потребите.

### 6. Политичка поддршка:

- Локалната влада несебично дава поддршка при реализирањето на некои од настаните, а „Фолк Фест“ фестивалот од оваа година ќе добие поддршка и од национално ниво.

### 7. Нивото на поддршка од заедницата:

- Локалната заедница помага при финансирањето на настаните, но тоа е доволно само за одржување на настанот на некое постојано ниво, а е недоволно за развој и ширење на настанот;
- Досега негативните ефекти од одржувањето на настаните не се почувствувале во градот и пошироко.

8. Природата на постоечките односи помеѓу организаторите на настаните и туристичките агенции:

- Не постои врска помеѓу организаторите на настаните и туристички агенции, ниту пак до сега се размислувало за настаните од аспект туризам за настани.

9. Микроклиматски услови:

- Настаните кои се одржуваат во летниот период се одржуваат во вечерните часови за да се избегнат горештините, а во зимскиот период нема настани кои се одржуваат.

#### • Можности и закани

1. Можности за развивање на партнерства:

- Постојат можности за развивање партнерство помеѓу организаторите на културните, спортските и верските настани. До сега постоела одредена доза на соработка, но само површно и во зависност од случај до случај.

2. Видот и нивото на конкуренција:

- Најголема конкуренција на настаните во Валандово се настаните кои се одржуваат во општина Струмица. Професионалноста во одржувањето на настаните во Струмица, финансиските средства кои се вложуваат, човечките ресурси кои тоа го прават се сериозна конкуренција;
- Настани кои се одржуваат во исто време со конкурентските дестинации нема.

3. Пазар - потреби и барања:

- Локалитетот одговара на потребите на настаните, т.е. на пазарот на настани, но треба да се работи на прилагодување на настаните за истите да одговараат на потребите на посетителите, зошто потребите се менуваат во согласност со времето. Ако се земе предвид дека од испитаниците кои не се од општината, 11,84% од нив одговориле дека не се задоволни од ништо што е во врска со настаните во Валандово и

општината и затоа треба да се превземат сериозни чекори по овие прашања.

#### 4. Можност за привлекување на финансиски средства:

- Има големи можности за добивање на финансиски средства од донации до спонзори или грантови, но треба сериозен пристап кон ова прашање и сериозно решавање на овие проблеми;
- На локално ниво постојат културни и историски особености кои можат да го збогатат настанот;
- Постои можност за поставување врска помеѓу локалните спортски/културни организации со државните заради подобра соработка и подобра ефективност.

#### 5. Генерални економски услови:

- Валандово припаѓа помеѓу помалку развиените општини во државата. Населението во општината најмногу се занимава со земјоделие и постои 40.4% невработеност.

#### 6. Други фактори:

- Од другите фактори кои можат да влијат на настаните и нивното одржување се безбедноста и епидемиите кои до сега не претставувале никаков проблем за животот во општината.

### **5.2. Потенцијал за развој на Евент туризмот во општина Валандово и во регионот и можност за развој на постоечките настани**

Од веќе постоечките настани во општина Валандово и резултатите од спроведените анкети може да се заклучи дека е подобро да се обрне внимание на збогатување на содржината на истите отколку развојот да се движи во правец на воведување на некој нов настан. Со воведувањето на нови настани би можело да дојде до презаситување на понудата и на дополнително губење и на така веќе слабиот квалитет на веќе постоечки настани.

#### Религија

Според населението во општината настанот на манастирот Св. Ѓорги е оценето со највисока средна оценка и тоа ни покажува дека има услови, локација, содржина, квалитет, традиција за ставање акцент на развојот на овој настан. Традицијата во месноста „Изворот“ е исто толку долга како и таа на

манастирот, но таа не е оценета со толку висока оценка ниту од самото население, а испитаниците од другите градови воопшто и не чуле за тој настан.

### Спорт

Спортските настани кои постојат се одржуваат во летниот период (месеците јуни, јули, август) и тоа е добар период затоа што на тој настан учествуваат повеќе млади луѓе, кои во тој период немаат други обврски.

Летните периоди во Валандово се суви и жешки, затоа вечерните часови се идеален период на одржување. Традицијата во одржувањето на овие настани си го направила своето, затоа што и без никакви промотивни активности овие настани се познати во регионот, посебно Турнирот во фудбал е познат и помеѓу испитаниците од другите градови во државата. Ако земеме предвид дека после фестивалот „Фолк Фест“ Валандово, Турнирот во мал фудбал е на второ место за кој луѓето од другите градови слушнале за него, значи дека со многу малку дополнителна промотивна енергија би се постигнале одлични резултати на информираност.

### Култура

Од културните настани најпознат е фестивалот „Фолк Фест“. Но, тоа не значи дека е и најпосетен. Најпосетен фестивал со на број најмногу посетители е Фестивалот на пролетни веселби кој се одржува во с. Чалакли „Хид-Бах Шен Фест“. „Фолк Фест“ се одржува на летна сцена која е покриена и која оваа година ќе биде реновирана.

Цели во развојот на Евент туризмот во општина Валандово:

#### 1. Маркетинг активности:

- Туристичка Интернет страна каде ќе биде презентирана туристичката понуда на Валандово и неговата околина;

- Воспоставување контакти со туристичките агенции од Р.Македонија и странство (посебно соседните држави) и вклучување на Валандово во нивната понуда;

- Да се постави билборд на кој би се претставиле туристичките атракции и туристичка мапа и тоа на регионалниот пат кој минува низ Валандово кој исто е и транзитен пат за Струмица;

- Поголема промоција на сите настани кои веќе постојат во Валандово;

- Промоција на локални традиционални јадења, посебно за време на фестивалите и спортските настани и тоа би можело да се направи во договор со постоечките ресторани, гостилници, сендвичарници за проширување на менито во тие денови. Некое посебно традиционално јадење кое би го отсликувал обичајот во овој град нема (како што е пастрмајлијата за Штип), но би можеле да се земат предвид сите македонски традиционални јадења;

- Основање туристичко биро и продавница за сувенири.

2. Интензивирање на содржината на настаните, а со тоа привлекување на повеќе посетители:

- За да се привлечат повеќе посетители да ги посетат настаните, откако ќе бидат информирани, тие треба да добијат квалитетни содржини, содржини во кои ќе преовладуваат модерните тенденции.

3.Економската корист што ја носат:

Настаните носат економската корист и таа треба да биде цел на проучување при поставувањето на стратегијата на Евент туризмот на општината.

## КОНСТАТАЦИИ, ЗАКЛУЧОЦИ И ПРЕПОРАКИ

Туризмот на настани е најмлад сегмент во областа на туризмот.

Минати се оние времиња кога основните туристички услуги: сместувањето и исхраната, биле основни мотиви на туристичките движења. Ова е причина повеќе туристичката понуда да вклучи содржини кои ќе бидат поразлични, поневообичаени, понесекојдневни од досегашните. Со таквите содржини, како специфичните туристички производи, каков што е настанот, може да се придонесе и до развој на државата, намалување на трговскиот дефицит, зголемување на вработеноста, подобрување на имиџот. Туризмот на настани, меѓу другото, го одржува културното и историското наследство што е, всушност, и најголемото богатство на еден народ.

Ако го земеме предвид фактот дека општина Валандово изобилува со потенцијал во ресурси како што се природни, културни, историски, тогаш нема зошто да не стане збор и за потенцијал за развој на Евент туризмот во општината.

Во Валандово постои долгогодишна традиција на одржување на настани. Тоа треба да се искористи како можност за брендирање на дестинацијата за некој од настаните или барем постигнување на тоа градот да биде препознатлив по некој од настаните.

На Валандово и регионот му е потребен стратешки пристап за развој на Евент туризмот.

Од испитувањата и истражувањата кои се направени при пишувањето на овој труд се дојде до заклучок дека важни фактори кои придонесуваат настанот биде успешен се: диференцирањето на настанот, традицијата која се врзува за тој настан, планирањето и медиумската покриеност.

Развојот на Евент туризмот во иднина би се однесувал на давање поголемо значење на настаните и комерцијализирање на веќе постоечките настани кои се случуваат во општината. Тоа би се постигнало со една остроумна стратегија на подолг рок во која би се предвиделе односите помеѓу локалната самоуправа и поддршката на настаните, за на крајот економските ефекти од сето тоа да ги почувствуваат сите. Односно, стратегијата би била комплетна доколку се соединат искуството,

менталитетот на локалното население, современите тенденции во содржината на настанот и кога постои синергија помеѓу сите актери кои учествуваат во организирањето и имплементирањето на настанот.

Во одредувањето на стратегија за понатамошен развој на Евент туризмот во општината Валандово е спроведување на таков пристап преку кој ќе се издвојат еден или неколку настани кои ќе го окарактеризираат градот и ќе му дадат имиџ. Стратегијата би требала да оди во правец на привлекување на што поголем број посетители, а за да се постигне тоа треба да се поработи на промоцијата на настаните и тоа промоција која треба да се случува низ целата држава. Тоа е првиот и основниот чекор во поставувањето на стратегијата.

Друг важен услов за подигнувањето на нивото на одржувањето на настаните кои би се одбрале за фаворизирање е поставувањето на луѓе – организатори или посебни организации кои се специјализирани за тоа да го направат. Тие би им дале професионален изглед и дух на настаните. Што се однесува до содржината на настаните, не може да се очекува истата содржина од пред повеќе години да одговара на вкусовите денес. Содржината треба да прими модерни тенденции, да биде осовременета. Во реализацијата треба да се вклучат што повеќе жители од општината за да се почувствува припадноста и месното население и со тоа месното население да сака да даде свој придонес.

### Култура

Фестивалот „Фолк Фест“ е фестивал кој пред повеќе од дваесетина години го имаше полниот сјај кој е изгубен во последните години што можевме да видиме од спроведените анкети. Ако во тоа време бројот на продадените лонг-плеј плочи кажува колку бил овој фестивал слушан низ просторите на цела тогашна држава Југославија, тогаш илјадниците броеви продадени плочи и касети во тоа време кажува многу. На фестивалот му треба сосема нов концепт со нова идеја, а без при тоа да се изгуби автентичноста на македонската народна музика. Новината како препорака би била во начинот на пречекување на гостите: ангажирани волонтери, млади луѓе кои облечени во народни носии тоа би го правеле. За да се почувствува атмосферата во градот и да почнат луѓето повторно да го чувствуваат фестивалот волонтерите би прошетале по улиците и центарот, а директниот пренос да оди и на видео бим во центарот на градот, па во исто време случувањето да се гледа и од тие што

не се во салата, туку се само гости во градот. Настанот да не заврши со завршувањето на самиот фестивал, туку пејачите да бидат ангажирани и за дополнителни ангажмани каде луѓето би можеле да ги слушаат и да се забавуваат заедно со нив во некои од постоечките ресторани во градот или во центарот од градот.

Доколку се подобри квалитетот на настанот, му се даде ново модерно, иновативно руво на содржината на настанот, без при тоа да се изгуби автентичноста на фестивалот, би требало да се очекува и зголемување на бројот на посетителите. Информираноста на јавноста за овој настан е на повисоко ниво отколку кај другите настани и тоа треба да се искористи за зголемување на бројот на посетители. Организирањето и реализирањето да го прават усовршени за тоа човечки ресурси и секоја сфера во организацијата на фестивалот да биде менаџирана од специјализирани луѓе во таа област.

#### Религија

Од населението во општината, настанот кој се случува на манстирот Св. Ѓорѓи на денот на овој светец, е оценет со највисока средна оценка. Тоа значи дека овој настан населението најмногу го цени и посетува. Настанот е отворен за сите верници, посетители, па го посетуваат и многу луѓе од поширокиот регион. Овој ден би се збогатил со воведување програмска содржина која би можело да ја реализира културно-уметничкото друштво од Валандово и општината. Ангажираните волонтери – млади луѓе кои, облечени во народни носии, би ги пречекувале гостите и би направиле настанот во делењето на ручекот да биде на повисоко – поорганизирано ниво. Поагресивно информирање за овој настан и воведувањето дополнителни креативни, иновативни елементи во содржината на овој настан, но, секако, при тоа да не се изгуби автентичноста на настанот, би придонело кон зголемување на бројот на посетителите.

Треба да се помогне со човечки ресурси од институционално ниво при реализирањето на овој настан на луѓето кои го одржуваат манастирот и кои го остваруваат овој настан.

#### Спорт

На настанот од спортот, Турнир во мал фудбал, му треба збогатување на содржината со дополнителни иновативни елементи освен оној основниот –



натпреварот во фудбалски натпревари. Треба да се искористи тоа што овој настан е најмногу познат помеѓу испитаниците од другите градови, за тие да дојдат да го посетат, па и да учествуваат. Овде, на овој настан, доколку учествуваат различни екипи од различни градови и населени места, посетеноста ќе може да се зголеми, а тоа може да се постигне со подобри награди за првите места и наградување на учесниците по повеќе основи.

## Анкета за настаните во Валандово и регионот

Возраст	20-30	31-40	41-50	51-60

Вработен \_\_\_\_\_ Невработен \_\_\_\_\_ Пензионер \_\_\_\_\_ Студент \_\_\_\_\_

	Од колкаво значење е за општината	Содржина на настанот	Традиција	Број на посетители	Локација – квалитет и капацитет	Траење на одржувањет о	Квалитет и оригиналн ост	Човечки ресурси кои го организираат	Информиранос т за настанот
<b>„Фолк фест“ - Валандово</b>									
Оценка	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
<b>„Ракијада“ - Валандово</b>									
Оценка	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
<b>Панаѓурот на градот Валандово „Петровден“</b>									
Оценка	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
<b>Празнување на празникот „Света Петка“ во месноста „Изворот“</b>									
Оценка	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
<b>Празнување на празникот „Свети Ѓорѓи“ на манастирот „Св. Ѓорѓи“</b>									

Оценка	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
<b>Турнир во мал фудбал - Валандово</b>									
Оценка	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
<b>„Хид – Бах Шен Фест“ – фестивал на пролетни веселби - Чалакли</b>									
Оценка	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

# Анкета за настаните кои што се одржуваат во Валандово

Анкетата се спроведува за да се дознае колку граѓаните од останатите градови од нашата држава се запознаени со настаните што се случуваат во општина Валандово.

**Од кој град сте?**

**Пол**

- ☐ Машки
- ☐ Женски

**Старосна граница**

- ☐ 10-19
- ☐ 20-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60+

**За кои од следните настани кои се случуваат во Валандово сте слушнале:**

Овозможено е селектирање на повеќе настани.

- ☐ Фолк фест Валандово
- ☐ Ракијада
- ☐ Петровден - Панаѓур на градот
- ☐ Празнување на Св. Петка
- ☐ Празнување на Св. Ѓоргија
- ☐ Турнир во кошарка
- ☐ Турнир во фудбал
- ☐ Хид-Бах Шен фест - Чалакли
- ☐ Не сум слушнал/а за ниту еден

- ☐ Друго:

**Од каде сте слушнале за овие настани:**

Овозможено е селектирање на повеќе одговори.

- ☐ ТВ
- ☐ Радио
- ☐ Социјалните медиуми (Facebook, Twitter, веб-страни и сл.)
- ☐ Пријатели
- ☐ Роднини
- ☐ Друго:

**Кој од овие настани сте ги посетиле:**

Овозможено е селектирање на повеќе настани.

- ☐ Фолк фест Валандово
- ☐ Ракијада
- ☐ Петровден - Панаѓур на градот
- ☐ Празнување на Св. Петка
- ☐ Празнување на Св. Ѓорѓија
- ☐ Турнир во кошарка
- ☐ Турнир во фудбал
- ☐ Хид-Бах Шен фест - Чалакли
- ☐ Друго:

**Доколку сте посетиле некој од настаните, одбележете од што сте задоволни:**

Овозможено е селектирање на повеќе одговори.

- ☐ Од организацијата на настанот
- ☐ Од содржината на настанот
- ☐ Од локацијата на настанот
- ☐ Од квалитетот и оригиналноста
- ☐ Од ништо

- ☐ Друго:

**Доколку не сте посетиле ниту еден од овие настани до сега што е причината:**

Овозможено е селектирање на повеќе одговори.

- 7. ☐ Не сум дознал/а за денот на случувањето
- 8. ☐ Не сум бил/а заинтересиран/а
- 9. ☐ Друго:

- Прашања преку кои се реализираше интервју со организаторите на некои од настаните:

1. Дали добивате некаква помош од општината за настанот: финансиска, материјална, помош во човечки ресурси и слично?
2. Од кои други институции добивате помош за настанот во каков било облик?
3. Како го промовирате настанот?
4. Дали имате направено стратегија за настанот кој го организирате?
5. Кој и како го планира настанот?
6. Кој и како го организира настанот?
7. На кој начинот се финансира настанот?
8. Кој и како го реализира?
9. Дали постојат спонзорства и дали тие задоволуваат?

### Користена литература:

- „Закон за туристичка дејност“ – „Службен весник на република Македонија“  
бр.46/96, 12/2003, 35/2004, 52/2004, 60/2004;
- „Национална стратегија за развој на рурален туризам 2012-2017 година“ -  
Министерство за економија, сектор за туризам;
- „Програма за развој на туризмот за 2012 година“ - Министерство за Економија,  
сектор за туризам и рурален развој;
- „Стратегија за развој на рурален туризам во општина Зрновци“ – ЕПИ Центар  
интернационал – Скопје 2007г.;
- 15 години „Фолк – Фест“ - Валандово, Дом на културата „25 Мај“,  
Валандово, 1999.
- 20 години „Фолк – Фест“ - Валандово, Дом на културата „25 Мај“  
Валандово, 2004;
- Accepted Practice Exchange (APEX) Industry Glossary of terms, Convention Industry  
Council (CIC) 2003;
- Bardarova, Snezana and Jakovlev, Zlatko and Koteski, Cane (2013): Стратегиски  
менаџмент на човечки ресурси во туризмот. In: Втора меѓународна  
научна конференција „Современите менаџерски предизвици и  
организациските науки“, БАС Институтот за менаџмент, 01-03 Nov 2013,  
Битола;
- Bowdin, Allen, O Toole, Harris, MC.Donnel, Event management;
- Dimitrov, Nikola and Josheski, Dushko and Koteski, Cane (2012): New Keynesian  
macroeconomics: in the role of the global trend of migrations on the labor  
market and demographic changes. In: International scientific conference:  
Migration and labour market, Book of abstracts, 19-20- October 2012, Hotel  
Montana - Krushevo - Republic of Macedonia;
- Dr Branislav Rabotić, prof ., Selektivni oblici turizma, VISOKA TURISTIČKA  
ŠKOLA STRUKOVNIH STUDIJA, 2012;
- Falassi Alessandro, „Essays on the festival“, University of New Mexico Press,  
1987;
- Faulkner B., Bureau of Turism Research , Business and Economics, 1992;
- Getz D., Event management and Event tourism, Cognizant Communications  
Corporation, 1997 – Business and Economics;
- Getz D., Event management and Event tourism, New York, Cognizant  
Communications Corporation, 2005;

Getz D., „Tourism management“ , University of Calgary, 2008;

Jakovlev, Zlatko and Koteski, Cane and Angelkova, Tanja and Mitreva, Elizabeta and Dzambazoski, Kristijan (2011): The Sports –Recreational animation as a factor for tourism development. In: The influence of tourism, April 27-29, 2011, Skopje, Macedonia;

Jakovlev, Zlatko and Koteski, Cane and Bardarova, Snezana (2013): Animator roles in enriching the content of tourist stay. Collection of works of The Third International Scientific Congress - Biennale ICON BEST 2013;

Jakovlev, Zlatko and Koteski, Cane and Bardarova, Snezana (2013): Sport tourism as an important alternative form of tourism. In: Global economic crisis and business economics-challenges of theory and practice, 29-30 May 2013, Sremska Kamenica, Srbija;

Koteski, Cane and Josheski, Dushko and Dimitrov, Nikola and Jakovlev, Zlatko and Bardarova, Snezana and Serafimova, Mimoza (2014): Democracy, demography and economic growth: Empirical investigation of association between those three. Wulfenia Journal, 21 (4). pp. 247-257. ISSN 1561-882X;

Koteski, Cane and Josheski, Dushko and Dimitrov, Nikola and Jakovlev, Zlatko and Bardarova, Snezana and Serafimova, Mimoza (2013); Volatility and growth. Wulfenia Journal, 20 (12). pp. 1-12. ISSN 1561-882X;

N.Douglas, N. Douglas, R. Derrett, Special Interest Tourism, Business&Economy, 2001;

Oliver Thomas, Bettina Hermes, Peter Loos. Reference model-based event management. International Journal of Event Management Research, Volume 4, Number 1, 2008;

Petrevska, Biljana (2002): Долгорочна проекција на туристичката побарувачка во Република Македонија. Зборник на трудови 2001-2002. pp. 309-318. ISSN 9989-871-08-X;

Petrevska, Biljana (2010): Економско планирање на развојот на туризмот во Македонија. PhD thesis, Ss. Cyril and Methodius - Skopje, Macedonia;

Petrevska, Biljana (2010): Значењето на туризмот во економската активност на Македонија. Зборник на трудови на МИТ Универзитет – Скопје, 1 (1). pp. 249-258. ISSN 978-608-4589-00-6;

Petrevska, Biljana (2011): Економика на туризмот на Македонија. Самостоен издавач, Штип. ISBN 978-608-65319-1-1;

Prof. dr Vesna Spasić, Budžetiranje događaja;

Апостол Поп-Јовановски, Општина Валандово, Општина Валандово, 2006;



- Бранислав Работич (2009): „Туристичкото водење во современиот туризам“  
Докторска дисертација на Универзитет Сингидунум – Белград;
- Дом на културата „25 Мај“ Валандово, НПРО „Трибина“, Скопје, 1989;
- Доц. д-р Златко Јаковлев - „Алтернативни форми во туризмот“, Универзитет  
„Гоце Делчев“, Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика;
- Доц. д-р Нако Ташков (2010 г.): „Хотелски менаџмент“ - Универзитет „Гоце  
Делчев“, Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика;
- Доц. д-р Цане Котески (2010): „Меѓународен туристички пазар“, Универзитет  
„Гоце Делчев“, Факултет за туризам и бизнис логистика – Штип:  
авторизирани предавања за интерна употреба на постдипломски студии;
- Д-р Бобек Шуклев (2004): „Менаџмент“ - Универзитет „Св. Кирил и Методиј“,  
Скопје;
- Костадин Кајдамов: „Валандовски времеплов“, Валандово 2010г.;
- Костадин Кајдамов, Мирчо Карамучев: „Валандово и неговата културна  
Историја“, Валандово, 1995г.;
- Михајло Будиноски (2010): „Истражување на туристичкиот пазар“, Универзитет  
на туризам и менаџмент - Скопје;
- Проф. д-р Нако Ташков (2011 г.): „Менаџмент на производство на храна“  
(предавања за интерна употреба) - Универзитет „Гоце Делчев“, Штип,  
Факултет за туризам и бизнис логистика;
- Проф. д-р Науме Мариноски (2008 г.): „Туристички агенции“, - Универзитет  
„Св. Климент Охридски“, Битола, Факултет за туризам и угостителство -  
Охрид;
- Проф. д-р Блажо Недев и Проф. д-р Трајко Русевски (1993 г.):  
„Сметководство“ - Просветно дело, Скопје;
- Проф. д-р Бранислав Машич (2009): „Стратегиски менаџмент“, Универзитет  
„Сингидунум“ – Белград;
- Проф. д-р Ж. Даскаловски, Проф. д-р И. Бимбиловски, М-р С. Костовска,  
„Развој на туризмот во Делчево“, Центар за истражување и креирање  
политики, 2007;
- Проф. д-р Златко Јаковлев ( 2010г.): „Анимација во туризмот“, Универзитет  
„Гоце Делчев“, Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика;
- Проф. д-р Ратко Зеленика (2000г.): „Metodologija i tehnologija izrade  
znanstvenog i stručnog djela“ – Универзитет „ВИТЕЗ“, Травник;

Проф. д-р Цане Мојански (1998г.): „Методологија на научно-истражувачката работа“ – „2-ри Август С“ Штип;

Проф. д-р Миладин Крстаноски (2010): „Основи на правото со туристичко право, Универзитет „Св.Климент Охридски“, Битола, Факултет за туризам и угостителство-Охрид;

Проф. д-р Стипе Белак (2005г.): „Увод у знаности“, Visoka škola za turistički menadžment u Šibeniku;

Ристо Атанасовски, Весна Мицева, Милица Стафидова, Туристички акционен план на општина Гевгелија и општина Валандово, УНДП проект за „Заедничко планирање – клуч за одржлив економски развој“, 2010;

С.К. Велкова и З.Златковски (2010): „Бизнис“ - Министерство за образование и наука;

Тим од локалната самоуправа, „Локален Акционен план за животна средина за општина Валандово“.

#### **ВЕБ страни:**

Википедија слободна енциклопедија, превземено на 12 јануари 2014 година, [http](http://www.wikipedia.org;)

[//www.wikipedia.org.](http://www.wikipedia.org;);

Дневен весник „Блиц“ во Р.Србија, превземено на 20 февруари 2014 година, [www.blic.rs.](http://www.blic.rs;);

Дневен весник „Нова Македонија“, онлајн издание, <http://www.novamakedonija.com.mk/DetalNewsInstant.asp?vestInstant=34195>, превземено на 5 мај 2014 год.;

Информативен портал, превземено на 5 мај 2014 година, [http://www.plusinfo.mk/vest/135573/Ivanov-go-otvori-festivalot-Hid-Bah-Shen-Fest](http://www.plusinfo.mk/vest/135573/Ivanov-go-otvori-festivalot-Hid-Bah-Shen-Fest;);

Информативен портал, превземено на 5 мај 2014 година, <http://www.telegraf.mk/aktuelno/makedonija/144850-ivanov-festivalot-e-primer-kako-se-neguva-sozivotot-vo-makedonija>;

Новинска агенција, превземено на 5 мај 2014 година, <http://netpress.com.mk/ivanov-festivalot-e-primer-kako-se-neguva-sozhivotot-vo-makedonija/>;

Официјалната веб страна на фестивалот „Хид - Бах Шен Фест“, превземено на 3 февруари 2014 година, [www.hidfestmakedonya.com.](http://www.hidfestmakedonya.com.);

Светска туристичка организација 2014, UNWTO етика, превземено на 12 ноември 2014 година, [www.2.unwto.org](http://www.2.unwto.org);

Телевизија „Канал 5“, [http://kanal5.com.mk/vesti\\_detail.asp?ID=38396](http://kanal5.com.mk/vesti_detail.asp?ID=38396) превземено на 5 мај 2014 година;

Федерација на фармерите, [www.ffrm.org.mk](http://www.ffrm.org.mk), превземено на 25 април 2014 год.

**ТАШКА ГЕТОВА**  
**ТУРИЗАМ НА НАСТАНИ (ЕВЕНТ ТУРИЗАМ) – ПОТЕНЦИЈАЛ И РАЗВОЈ ВО**  
**РЕГИОНОТ НА ВАЛАНДОВО**  
**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП**